



Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha (Pada Generasi Muda dan Milenial di Sidoarjo)

Mita Rusdiana¹, Iswati Iswati², Anis Fitriyasari³, Arief Widjadmoko⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT, Indonesia

E-mail: mitarusdiana32@gmail.com¹, iswativirgin@gmail.com², anisfitriyasari@gmail.com³,
arw.epsilon@gmail.com⁴

Korespondensi penulis: mitarusdiana32@gmail.com

Abstract. *This study wants to find out more about "The Influence between Entrepreneurial Knowledge and Social Media with Entrepreneurial Interest" in accordance with the main problem raised, namely the influence of knowledge about entrepreneurship and social media on entrepreneurial interest in young generation in the Sidoarjo. The background of this research on entrepreneurial interest is that there are still many young who prefer to work as employees in a company, while they also have opportunities in entrepreneurship as an additional income or can be made as the main job. With the social media knowledge that the younger generation has, it can support their business. The purpose of this study is to find out: how the influence between entrepreneurial knowledge and social media on entrepreneurial interest. The method used in this study is a correlational method that aims to measure the relationship between various variables. Meanwhile, to support this research obtained from interviews, observations, making google forms. The target in this study is young generation in the Sidoarjo area, a sample taken by 100% of the population. After conducting several ways of research or data collection, it will be calculated to determine the results. The conclusion of this study is that there is a relationship between entrepreneurial knowledge and social media knowledge in supporting the business itself, so that it can attract the interest of the younger generation in entre.*

Keywords: *Entrepreneurship, Social Media, Entrepreneurial interest.*

Abstrak. Penelitian ini ingin mengetahui secara lebih lanjut mengenai "Pengaruh antara Pengetahuan Wirausaha dan Sosial Media dengan Minat Berwirausaha" sesuai dengan pokok permasalahan yang diangkat yaitu pengaruh pengetahuan tentang kewirausahaan dan social media terhadap minat berwirausaha pada generasi muda di wilayah Sidoarjo. Yang melatarbelakangi diadakannya penelitian mengenai minat berwirausaha ini adalah masih banyak generasi muda yang lebih memilih bekerja sebagai karyawan di suatu perusahaan, sedangkan mereka juga memiliki peluang dalam berwirausaha sebagai tambahan penghasilan maupun bisa di jadikan sebagai pekerjaan utama. Dengan pengetahuan social media yang generasi muda miliki, hal tersebut dapat menunjang usaha yang mereka miliki. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: bagaimana pengaruh anatara pengetahuan wirausaha dan social media terhadap minat berwirausaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode korelasional yang bertujuan untuk mengukur hubungan diantara berbagai variable. Sedangkan untuk menunjang penelitian ini di peroleh dari wawancara, observasi, membuat google form. Target dalam penelitian ini adalah para generasi muda di wilayah Sidoarjo, sample yang diambil 100% dari populasi. Setelah melakukan beberapa cara penelitian atau pengumpulan data maka akan di hitung untuk menentukan hasilnya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan pengetahuan media social dalam menunjang usaha itu sendiri, sehingga dapat menarik minat para generasi muda dalam berwirausaha.

Kata kunci: Kewirausahaan, Sosial Media, Minat berwirausaha.

1. PENDAHULUAN

Seperti yang diketahui, pengangguran satu diantara permasalahan ketenagakerjaan yang menjadi sorotan di berbagai Negara di dunia, begitu juga di Indonesia. Hal tersebut sebab ketidakseimbangan antara jumlah tenaga kerja dan kesempatan kerja yang tersedia. Yang dimana semakin banyaknya angkatan kerja namun kesempatan kerja sangatlah sedikit. Hal itu dapat berdampak pada masalah seperti kemiskinan, kriminalitas, serta kesenjangan sosial.

Khususnya di Kota Delta Sidoarjo menunjukkan kenaikan tingkat pengangguran mencapai 6,35 persen atau berkisar 77.000 jiwa. Dikutip dari situs kompas (2021), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Sidoarjo menurun, namun jumlah peningkatan pengangguran ini mencapai rekor kenaikan jumlah pengangguran tertinggi dalam lima tahun belakangan, dan masih menempati peringkat pertama tertinggi di Jawa Timur. Badan Pusat Statistik (BPS; 2023) melaporkan pandemi Covid-19 menjadi penyebab peningkatan dramatis jumlah pengangguran terbuka di Sidoarjo. Dari 357.700 orang dewasa usia kerja yang terkena dampak Covid-19, 47.000 orang kehilangan pekerjaan secara langsung sebab covid-19 (9.600 orang).

Terlepas dari upaya terbaik pemerintah federal dan daerah, tidak ada bantuan pengangguran atau inisiatif pemerintah lainnya yang menginspirasi penduduk Kota Sidoarjo untuk berjuang sendiri. Kota Sidoarjo harus menerapkan sejumlah kebijakan seperti yang berpusat pada generasi muda dan milenial dan penciptaan produk ekonomi yang inovatif guna meningkatkan taraf hidupnya.

Sumber daya manusia memainkan peran penting dalam pengembangan kreativitas masyarakat asli di Kota Sidoarjo. Generasi muda menyumbang 24,87 persen dari populasi Kota Sidoarjo, menurut angka CBoS. Penduduk Kota Sidoarjo dapat melihat demografi usia 8-23 tahun sebagai mesin penggerak perekonomian kota. Dalam hal itu, Generasi muda dan milenial berperan penting dalam menurunkan angka pengangguran Kota Sidoarjo.

Dimana generasi muda sudah saatnya mengubah pola pandang ataupun pemikiran setelah lulus sekolah atau kuliah hanya ingin menjadi karyawan di suatu perusahaan tetapi generasi muda juga dengan kesempatan menjadi wirausaha sebagai pilihan atau opsi mengembangkan inofasi dan untuk mendapatkan penghasilan.

Kewirausahaan itu sendiri diartikan ilmu yang mempelajari bagaimana semangat kreatif berkembang seiring berjalannya waktu, serta bagaimana keberanian menghadapi risiko dalam bekerja yang memadukan kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko dalam

proses kerja keras meluncurkan dan menjalankan bisnis baru agar dapat memetik hasilnya dari pekerjaan itu.

Berwirausaha diartikan alternatif untuk mengatasi masalah pengangguran yang semakin meningkat. Selain itu, berwirausaha juga dapat bermanfaat dalam meningkatkan kesejahteraan negara. Hal tersebut menjelaskan jumlah pengangguran dan kemiskinan dapat diperkecil dengan keberanian untuk membuka usaha-usaha baru atau berwirausaha.

Melihat kenyataan tersebut, maka perlu adanya pengarahan pembentukan generasi muda sebagai individu yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan, satu diantaranya dengan berwirausaha. Cara untuk menumbuhkan kesadaran berwirausaha diartikan dengan menumbuhkan minat berwirausaha. Mahasiswa yang dengan minat pada diri mereka, maka akan terdorong untuk mempelajari pengetahuan dan peluang yang berkaitan dengan kewirausahaan.

Selain dengan pengetahuan kewirausahaan, pengetahuan tentang sosial media juga sangat adanya pengaruh, Media sosial diartikan platform komputer yang menawarkan alat bagi setiap pengguna untuk terlibat dalam aktivitas sosial, serta memfasilitasi komunikasi antar pengguna dan berbagi teks, gambar, dan video. Akibatnya, media sosial diartikan alat online untuk sosialisasi antarpribadi.

Internet diartikan Pada era revolusi industri keempat, teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat dan memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap masyarakat. Tidak peduli seberapa jauh jarak kita satu sama lain, kita dapat berkomunikasi dan berbisnis dengan lebih mudah berkat internet. Media komunikasi sebenarnya diartikan konten pesan berbasis web, biasa disebut media sosial atau media sosial Michael Cross. Masyarakat yang dikenal juga sebagai pembuat konten dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mengekspresikan kreativitasnya melalui konten. Memahami media sosial akan meningkatkan permintaan akan wirausaha sebab dapat membantu dan memberikan peluang pemasaran bagi perusahaan online.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Suryana (2019:80) wirausahawan akan berhasil bila dengan kemauan dan kemampuan yang sangat dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman. Kemauan diartikan tekad dan niat yang kuat dengan motivasi yang tinggi yang harus dimiliki seorang wirausahawan. Jika wirausahawan dengan kemauan tapi tidak dengan kemampuan (skill) maka

usaha yang dijalankan bisa mengalami kegagalan. Kemampuan (skill) tentu saja sangat dibutuhkan untuk bisa mengatasi dan memperhitungkan risiko. Selain kemauan dan kemampuan, wirausahawan perlu dengan pengetahuan. Alasan pengetahuan sangat penting harus dimiliki oleh seorang wirausahawan juga dikemukakan oleh Michael Harris (200:19) dalam Suryana (2019:81) wirausahawan yang sukses pada umumnya diartikan orang yang dengan kompetensi, yang mencakup pengetahuan, kemampuan, dan sifat-sifat pribadi serta motivasi, sikap, keyakinan, dan perilaku yang diperlukan untuk melaksanakan tugas atau kegiatan.

Suryaningsih dan Agustin (2020:43) juga mengartikan pengetahuan kewirausahaan sebagai ilmu, seni, maupun perilaku, sifat, ciri, dan watak seseorang yang mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Menurut Ika Indriyani & Subowo (2019:9) kewirausahaan diartikan kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga bisa menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik maka akan memperoleh keuntungan lebih besar. Pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa selama menempuh pendidikan melalui materi kuliah dan sumber lain diharapkan dapat memberikan gambaran dan pedoman tentang bidang tersebut, yang kemudian dapat mereka gunakan sebagai informasi untuk dipikirkan ketika mengambil keputusan tentang masa depan mereka.

Indikator Kewirausahaan

Menurut Chairifa (2017) indikator pengetahuan kewirausahaan:

- 1) Pengetahuan berwirausaha
- 2) Pengetahuan tentang usaha yang akan dijalankan
- 3) Pengetahuan manajemen

Dan menurut Henny Rachmawati, Wasposito Tjipto Subroto (2022) ada beberapa indikator pengetahuan kewirausahaan yang meliputi:

- a) Indikator pengetahuan dasar berwirausaha
- b) Pengetahuan menganalisis peluang usaha
- c) Pengetahuan tentang tanggung jawab berwirausaha
- d) Pengetahuan manajemen usaha, serta pengetahuan menyelesaikan masalah usaha

Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Menurut Rulli Nasrullah (2020:3) Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa sebab terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa.

Aprilia, (2020:42) berpandangan media sosial diartikan suatu hal yang adanya pengaruh pada remaja baik dalam hal positif ataupun hal negatif bagi kehidupan remaja. Sebuah pandangan menyatakan media sosial diartikan media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial yang dengan teknologi berbasis web yang dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Nasrullah, (2020:11) berpandangan media sosial diartikan konvergensi antara komunikasi personal yang diartikan saling berbagi sesama individu (to be shared one-to-one) dan sebagai media publik untuk saling berbagi antar sesama individu.

Menurut Irwansyah & Sirait (2021) sosial media diartikan wadah yang berfungsi sebagai sarana dalam berbagi informasi dan dapat mempertemukan sekelompok orang yang dengan kesamaan. Berikutnya, Basalamah (2021) mengatakan sosial media berperan besar dalam memajukan kinerja bisnis.

2. Pengaruh Media Sosial dalam Kewirausahaan

Dewi (2019) yang mengatakan sosial media diartikan alat teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk membantu pengembangan pemasaran dan dapat membantu meningkatkan penjualan jangka panjang. Kemudahan dalam bertransaksi yang ditawarkan oleh sosial media diharapkan dapat menjadi faktor penunjang dalam berwirausaha.

3. Indikator Media Sosial dalam Kewirausahaan

Beberapa Indikator media sosial menurut Indriyani dan Suri (2020) yakni:

1. Adanya konten yang menarik dan menghibur

Informasi yang menarik akan mendorong orang untuk mengikuti bahkan membeli suatu produk.

2. Adanya interaksi antara pembeli dan penjual

Memungkinkan adanya komunikasi dua arah sehingga bisa menyampaikan masukan mengenai produk.

3. Adanya interaksi antara konsumen dengan konsumen lain
Membaca ulsana saling bertanya jawab, yang sangat adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk pencarian informasi produk
Beragam informasi yang tersaji, dapat memudahkan konsumen dalam mengetahui semua informasi mengenai produk.
5. Kemudahan untuk mengkomunikasikan informasi pada public
Media sosial memudahkan penjual untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan infromasi ke public.
6. Tingkat kepercayaan kepada media social
Sebab sifatnya yang mudah diakses, media sosial diartikan tempat yang efektif dalam menyampaikan sebuah pesan. Sehingga informasi yang diberikan mampu mewakili informasi terkini dan menurut fakta.
Dari indikator – indicator tersebut menyimpulkan banyaknya manfaat yang di dapatkan dengan sosial media, sehingga membuat bisnis mudah di jangkau dan di kenal oleh public, hal tersebut dapat menambah minat kewirausahaan bagi generasi muda.

Minat Berwirausaha

1. Pengertian Minat Berwirausaha

Menurut Sixesha et al., (2022), minat berwirausaha mencerminkan pandangan optimis dan emosi yang diinginkan seseorang dalam memulai bisnis di masa depan. Dorongan yang kuat dan berani untuk memanfaatkan peluang yang ada dan keberanian mengambil risiko diartikan ciri-ciri minat wirausaha. Seseorang mungkin tertarik berwirausaha berdasarkan latar belakang, pendidikan, dan pengetahuan yang dimilikinya.

Menurut Nurhayati (2020) minat diartikan kecenderungan seseorang untuk bertindak dengan cara yang dipengaruhi oleh kepentingannya dan mungkin menimbulkan rasa ingin tahu. Ketika seseorang berminat, mereka akan termotivasi untuk menekuni bidang tersebut, dengan pemahaman yang tajam tentang bidang apa yang dapat menguntungkan mereka secara finansial, dan mampu mengambil keputusan yang akan memenuhinya.

2. Indikator Minat Berwirausaha

Penelitian Indriyani & Subowo (2019) mengukur minat berwirausaha dengan indeks kepercayaan diri, keberanian mengambil risiko, kenikmatan berwirausaha, berorientasi masa depan, dan ketekunan berwirausaha. Metode analisis regresi linier berganda diartikan metode yang digunakan untuk analisis data.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian diartikan segala sesuatu yang akan dilaksanakan peneliti di kemudian hari, mulai dari menghasilkan hipotesis dan mempertimbangkan konsekuensi hingga penelitian yang sebenarnya, menganalisis hasil, dan menarik kesimpulan dan rekomendasi.

Jenis penelitian yang digunakan diartikan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka / positivistic (data konkrit) dan melaksanakan analisis data dengan prosedur statistik. Terdapat dua jenis variabel pada penelitian kuantitatif ini yakni variabel bebas (independen) yang pengetahuan kewirausahaan (X1) dan pengetahuan sosial media (X2) dan variabel terikat (dependen) yang meliputi minat berwirausaha (Y).

Populasi dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) populasi diartikan wilayah generalisasi yang terdiri dari item atau topik yang dipilih oleh peneliti untuk diperiksa dan diberi kuantitas dan atribut tertentu yang menjadi dasar pembuatan kesimpulan. Dalam penelitian tertulis populasi yang akan digunakan diartikan seluruh generasi muda dan milenial di wilayah Sidoarjo yang tidak di ketahui jumlah pastinya.

b. Sample Penelitian

Sampel Menurut Sugiyono (2019) sampel diartikan Sebagian dari kuantitas dan atribut populasi. Bentuk penelitian tertulis dikenal dengan penelitian survei, yang dilaksanakan untuk mengetahui hubungan antar variabel dengan cara mengambil sampel secara langsung dan mengumpulkan data dari masyarakat.

Jumlah sampel yang representative minimal setidaknya 5 kali dan lebih baik 10 kali dari jumlah variable yang akan di teliti. Jumlah sampel dalam penelitian tertulis diartikan:

Sampel Minimum : Jumlah Indikator x 5

: 10 x 5

: 50 Responden

Sampel Maksimum : Jumlah Indikator x 10

: 10 x 10

: 100 Responden

Sehingga menurut pertimbangan peneliti untuk mendapatkan ukuran yang baik dan sesuai, maka jumlah yang akan di gunakan peneliti sejumlah minimal 50 sampai 100 responden.

Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), subjek penelitian diartikan orang-orang yang berkepentingan dengan pokok bahasan penelitian (informan atau narasumber) guna mengumpulkan data mengenai data penelitian yang dijadikan sampel penelitian. Ciri-ciri subjek yang diteliti dapat dijelaskan melalui informasi yang mungkin diberikan oleh partisipan penelitian mengenai data penelitian. Objek penelitian diartikan topik permasalahan yang ingin diselidiki dan dihubungkan dengan subjek penelitian, yakni berupa ciri-ciri yang berkaitan dengan subjek penelitian.

Subjek yang di maksud disini yaitu para generasi muda yang di sebut dalam Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2009, pasal 1 ayat 1 UU Kepemudaan menyebutkan pemuda adalah warga Negara Indonesia yang memasuki priode pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 sampai 30 tahun. Dan generasi milenial yang menurut Yuswohady dalam artikel Milenial Trends (2016) Generasi milenial adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000, yang berusia antara 24 sampai 44 tahun pada tahun 2024.

Menurut pengertian subjek dan objek penelitian diatas, maka subjek dan objek penelitian tertulis diartikan:

1. Generasi muda dan milenial di wilayah Sidoarjo.
2. Laki – laki dan wanita
3. Umur 16 – 35 Tahun

Lokasi dan Waktu

Lokasi dan waktu penelitian diartikan gambaran yang menjelaskan tempat dan waktu pengumpulan data di dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian tertulis, lokasi yang digunakan saat pengumpulan data diartikan di sekitar wilayah Sidoarjo, tempat tempat yang sering di kunjungi oleh generasi muda, seperti cafe, tempat jajanan dan lain lain. waktu penelitian dalam mengumpulkan data serta informasi membutuhkan waktu kurang lebih 1 bulan.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Objek Penelitian

Generasi muda diartikan Harapannya generasi mendatang akan membangun negara yang layak. Kehidupan generasi penerus akan terkena dampak kemajuan yang semakin canggih. Generasi muda Sidoarjo dengan kemampuan, baik dalam bidang akademik, seni, olahraga, maupun wirausaha dan berkontribusi dalam kemajuan suatu daerah tersebut.

Adapun banyak generasi muda di Sidoarjo saat ini yang berminat dalam berwirausaha, dengan banyaknya inovasi dan media yang mendukung. Peran serta partisipasi generasi muda dalam berwirausaha bisa membentuk kepribadian pemuda yang mandiri, kreatif, inovatif, serta bisa mengurangi pengangguran serta dapat terciptanya lapangan pekerjaan.

Uji Deskriptif

a. Identitas Responden

Identitas responden disajikan dalam mengetahui mengetahui identitas responden sebagai sampel. Identitas responden dirincikan melalui pengelompokkan menurut jenis kelamin, usia, umur. Jumlah responden di dalam penelitian tertulis ada 100 orang. Responden ini sendiri diartikan para generasi muda dan milenial masyarakat yang berdomisili di wilayah Sidoarjo.

Pengisian kuesioner penelitian dilaksanakan dengan menyebarkan *Google Form* secara online agar responden dapat mengisi jawaban sesuai dengan pertanyaan yang telah diberikan. Menurut data yang telah diisi oleh para responden, maka di peroleh data kondisi responden tentang jenis kelamin, dan usia :

b. Responden Menurut Jenis Kelamin

Berwirausaha dapat dilaksanakan oleh pria ataupun wanita, sebab keduanya dengan potensi yang baik, sehingga didalam pengambilan sampel ini dipilih dengan jenis kelamin pria dan wanita, agar dapat mengukur banyaknya minat responden menurut populasi.

Berikut rincian data jumlah responden ditinjau dari jenis kelamin:

Table 1. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki - Laki	49	49%
2	Perempuan	51	51%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data di Olah Peneliti, 2024

Menurut table 1 mengetahui Sebagian besar responden berjenis kelamin laki – laki sejumlah 49 orang (49%) dan responden berjenis kelamin perempuan sejumlah 51 orang (51%).

c. Responden Menurut Usia

Usia pada seseorang dapat mengukur tingkat pemikiran dan kematangan berfikir, maka dalam hal itu dapat memungkinkan minat responden dalam berwirausaha dapat di lihat dari usia. Target penelitian tertulis diartikan para generasi muda.

Maka dari itu usia yang di teliti diartikan para generasi muda di wilayah Sidoarjo yang dengan umur 16 tahun sampai > 29 tahun dengan hasil:

Table 2. Umur Responden

No	Umur	Frekuensi	Presentase
1	17 – 20 Tahun	16 Orang	16%
2	21 – 24 Tahun	51 Orang	51%
3	25 – 28 Tahun	25 Orang	25%
4	> 29 Tahun	8 Orang	8%
	Jumlah	100 Orang	100%

Sumber: Data di Olah Peneliti, 2024

Menurut data diatas, mengetahui mayoritas responden berusia 21 – 24 tahun dengan jumlah 51 orang (51%) dan masuk ke dalam mayoritas ke dua yakni responden yang berusia 25 – 28 tahun dengan jumlah 25 orang (25%).

Profil Persepsi Responden

1) Presepsi Responden Terhadap Variabel Indikator Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

Dalam mengukur variable pengetahuan kewirausahaan, peneliti dengan empat indikator yakni pengetahuan yang dimiliki, peluang usaha, management, dan resiko dan solusi usaha. Berikut hasil data dari pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada 100 responden.

Table 3. Persepsi Responden Terhadap Variabel Indikator Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
	Pengetahuan Yang Dimiliki				
1	Dengan pengetahuan kewirausahaan membuat saya berminat mengembangkan dan menghasilkan usaha sendiri	49	50	0	1
2	Saya mengetahui dan memahami usaha apa yang akan di jalankan	32	66	1	1
	Peluang Usaha				
3	Saya mampu melihat dan menganalisis peluang usaha yang sedang ada saat ini	12	86	1	1
4	Dengan pengetahuan kewirausahaan saya dapat menciptakan inovasi yang dapat menjadi peluang bisnis	39	58	3	0
	Manajemen				
5	Saya dapat menyusun strategi bisnis yang akan digunakan dalam menjalankan usaha	23	73	4	0
6	Dengan pengetahuan manajemen kewirausahaan yang baik dapat meningkatkan keberhasilan suatu usaha	40	59	0	1
	Resiko dan Solusi Usaha				
7	Saya dapat mengenali sumber resiko yang dapat menghambat usaha saya	20	75	5	0
8	Saya dapat memberikan solusi masalah dalam menjalankan usaha	15	79	5	1
	Total	230	546	19	5

Sumber: Data di Olah Peneliti, 2024

Menurut table 3 diatas, diketahui rata – rata responden menjawab setuju sebanyak 546 jawaban terhadap pertanyaan – pertanyaan pada variabel indikator pengetahuan kewirausahaan. Diantara indikator – indikator pada pengetahuan kewirausahaan, yang nilainya tertinggi yaitu pada indikator peluang usaha, di pernyataan saya mampu melihat dan menganalisis peluang usaha yang sedang ada saat ini, yang artinya bahwa bisa melihat dan mengidentifikasi potensi pasar yang ada saat ini.

2) Persepsi Responden Terhadap Variabel Indikator Sosial Media (X₂)

Dalam pengukuran variable ke dua dengan indicator sosial media, peneliti dengan tiga indikator yakni adanya konten yang menarik, kemudahan pencarian informasi dan kemudahan mengkomunikasikan informasi.

Berikut table – table pendistribusian dan pernyataan yang peneliti ajukan kepada 100 responden:

Table 4. Persepsi Responden Terhadap Variabel Indikator Sosial Media (X₂)

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
	Adanya Konten yang Menarik dan Menghibur				
1	Konten yang terdapat di sosial media sangat cocok digunakan untuk keperluan berwirausaha	35	63	1	1
2	Konten edukasi di sosial media sangat menarik dan menghibur	27	69	4	0
	Kemudahan Pencarian Informasi				
3	Informasi yang ada di sosial media dapat beredar dengan cepat dan memudahkan informasi yang di butuhkan	54	45	1	0
4	Dengan sosial media memudahkan dalam mengakses informasi dimanapun dan kapanpun	61	38	0	1
	Kemudahan Mengkomunikasikan Informasi				
5	Komunitas di media sosial memberikan kemudahan dan peluang dalam berwirausaha	47	49	4	0
6	Jangkauan sosial media yang luas memberikan kemudahan dalam berwirausaha	51	47	1	1
	Total	275	311	11	3

Sumber: Data di Olah Peneliti, 2024

Menurut table 4 tersebut, dapat di ketahui sebanyak 311 jawaban setuju. Dianantara indikator – indikator pada sosial media, yang nilainya tertinggi terdapat pada indikator kemudahan pencarian informasi. Yang artinya dengan sosial media dapat berpengaruh terhadap minat berwirausaha dengan kemudahan dalam pencarian informasi yang dibutuhkan.

3) Persepsi Responden Terhadap Variabel Indikator Minat Berwirausaha (Y)

Dalam pengukuran variable ke Y dengan indicator minat berwirausaha, peneliti dengan tiga indikator yakni keinginan berwirausaha, orientasi masa depan, dan motivasi.

Berikut table hasil pendistribusian dan pernyataan yang peneliti ajukan kepada 100 responden:

Table 4. Persepsi Responden Terhadap Variabel Indikator Minat Berwirausaha (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
	Keinginan Berwirausaha				
1	Dengan pengetahuan dan potensi yang dimiliki saya memiliki minat untuk berwirausaha	25	70	5	0
2	Saya mencari informasi dan peluang tentang kewirausahaan di sosial media	22	73	4	1
	Orientasi Masa Depan				
3	Saya percaya dengan berwirausaha saya dapat meraih cita cita dan meraih masa depan yang cerah	35	59	5	1
4	Saya berorientasi ke masa depan untuk mengelola usaha dengan baik dengan pengetahuan yang saya miliki	18	79	2	1
	Motivasi				
5	Banyak konten pengalaman para wirausaha yang sukses di sosial media memberikan motivasi kepada saya untuk berwirausaha	27	69	3	1
6	Pengetahuan dan pengalaman yang saya dapatkan, meningkatkan motivasi saya dalam berwirausaha	30	68	1	1
	Total	157	418	20	5

Sumber: Data di Olah Peneliti, 2024

Menurut table 5 tersebut, rata rata responden menjawab setuju dengan total 418. Dari pertanyaan – pertanyaan pada variabel minat berwirausaha indikator yang nilainya tertinggi yaitu motivasi. Yang artinya motivasi dari diri sendiri maupun dari orang lain sangat mendukung minat para generasi muda dan milenial dalam berwirausaha, dengan motivasi yang kuat, maka akan memberikan semangat dan rasa percaya diri dalam berwirausaha.

Hasil Uji Instrumen Data

1. Uji Validasi

Uji validasi dengan tujuan mengetahui dan mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pada penelitian tertulis peneliti menyebarkan ke 100 orang responden dan mengetahui validasi di setiap item pernyataan yang ada di dalam penelitian tertulis ditinjau menurut kolom rhitung dan rtabel. Dan jika rhitung > rtabel maka pernyataan

tersebut diartikan valid.

2. Uji Validasi Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

Uji validitas kuesioner pada variable pengetahuan kewirausahaan (X_1) di dalam penelitian tertulis dilaksanakan kepada 100 orang responden dengan rtabel sebesar 0,195. Berikut hasil uji validasi pada table berikut.

Table 5. Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig.	Keterangan
Pengetahuan Yang Dimiliki					
1	Dengan pengetahuan kewirausahaan membuat saya berminat mengembangkan dan menghasilkan usaha sendiri	0,716	0,195	0,001	Valid
2	Saya mengetahui dan memahami usaha apa yang akan di jalankan	0,660	0,195	0,001	Valid
Peluang Usaha					
3	Saya mampu melihat dan menganalisis peluang usaha yang sedang ada saat ini	0,547	0,195	0,001	Valid
4	Dengan pengetahuan kewirausahaan saya dapat menciptakan inovasi yang dapat menjadi peluang bisnis	0,615	0,195	0,001	Valid
Manajemen					
5	Saya dapat menyusun strategi bisnis yang akan digunakan dalam menjalankan usaha	0,456	0,195	0,001	Valid
6	Dengan pengetahuan manajemen kewirausahaan yang baik dapat meningkatkan keberhasilan suatu usaha	0,740	0,195	0,001	Valid
Resiko dan Solusi Usaha					
7	Saya dapat mengenali sumber resiko yang dapat menghambat usaha saya	0,583	0,195	0,001	Valid
8	Saya dapat memberikan solusi masalah dalam menjalankan usaha	0,579	0,195	0,001	Valid

Sumber: Data di Olah Peneliti, 2024

Pada table 6 diatas menunjukkan semua pernyataan variable pengetahuan kewirausahaan dengan nilai rhitung > dari rtabel dan sig lebih < dari 0,5 sehingga bisa di Tarik kesimpulan pertanyaan pada variable pengetahuan kewirausahaan tersebut dinyatakan valid serta layak dijadikan pengukuran variable penelitian.

3. Uji Validasi Sosial Media (X_2)

Uji validitas kuesioner pada variable sosial media (X_2) pada penelitian tertulis disebarkan kepada 100 orang responden dengan rtabel sebesar 0,195. Berikut hasil uji validasi pada table berikut.

Table 6. Uji Validitas Sosial Media (X_2)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig.	Keterangan
	Adanya Konten yang Menarik dan Menghibur				
1	Konten yang terdapat di sosial media sangat cocok digunakan untuk keperluan berwirausaha	0,459	0,195	0,001	Valid
2	Konten edukasi di sosial media sangat menarik dan menghibur	0,322	0,195	0,001	Valid
	Kemudahan Pencarian Informasi				
3	Informasi yang ada di sosial media dapat beredar dengan cepat dan memudahkan informasi yang di butuhkan	0,671	0,195	0,001	Valid
4	Dengan sosial media memudahkan dalam mengakses informasi dimanapun dan kapanpun	0,756	0,195	0,001	Valid
	Kemudahan Mengkomunikasikan Informasi				
5	Komunitas di media sosial memberikan kemudahan dan peluang dalam berwirausaha	0,699	0,195	0,001	Valid
6	Jangkauan sosial media yang luas memberikan kemudahan dalam berwirausaha	0,720	0,195	0,001	Valid

Sumber: Data di Olah Peneliti, 2024

Pada tabel 7 menunjukkan semua pernyataan variable sosial media dengan nilai rhitung > dari rtabel dan sig lebih < dari 0,5. Sehingga bisa di Tarik kesimpulan pertanyaan pada variable tersebut dinyatakan valid serta layak dijadikan pengukuran variable penelitian.

4. Uji Validasi Minat Berwirausaha (Y)

Uji validitas kuesioner pada variable minat berwirausaha (Y) di dalam penelitian dilaksanakan kepada 100 orang responden dengan rtabel sebesar 0,195. Berikut hasil uji validasi pada table berikut.

Table 7. Uji Validitas Minat Berwirausaha (Y)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig.	Keterangan
Keinginan Berwirausaha					
1	Dengan pengetahuan dan potensi yang dimiliki saya memiliki minat untuk berwirausaha	0,668	0,195	0,001	Valid
2	Saya mencari informasi dan peluang tentang kewirausahaan di sosial media	0,616	0,195	0,001	Valid
Orientasi Masa Depan					
3	Saya percaya dengan berwirausaha saya dapat meraih cita cita dan meraih masa depan yang cerah	0,704	0,195	0,001	Valid
4	Saya berorientasi ke masa depan untuk mengelola usaha dengan baik dengan pengetahuan yang saya miliki	0,697	0,195	0,001	Valid
Motivasi					
5	Banyak konten pengalaman para wirausaha yang sukses di sosial media memberikan motivasi kepada saya untuk berwirausaha	0,594	0,195	0,001	Valid
6	Pengetahuan dan pengalaman yang saya dapatkan, meningkatkan motivasi saya dalam berwirausaha	0,597	0,195	0,001	Valid

Sumber: Data di Olah Peneliti, 2024

Pada tabel 8 berikut menunjukkan semua pernyataan variable minat berwirausaha dengan nilai rhitung > dari rtabel dan sig lebih < dari 0,5 sehingga bisa ditarik kesimpulan pertanyaan pada variable minat berwirausaha tersebut dinyatakan valid serta layak dijadikan pengukuran variable penelitian

5. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat ukur konsistensi kuesioner diartikan indicator dari suatu variable. Pada analisis ini dengan analisis reliabilitas dengan metode *crombach alpha*, yang suatu instrument dikatakan reliabel jika adanya nilai 0,6 atau lebih.

Table 8. Nilai Reliabilitas Variabel Penelitian

Jumlah Pernyataan	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
20	0,916	0,6	Reliable

Sumber : Data di Olah Peneliti, 2024

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	62.4100	37.780	.670	.909
X1.2	62.5900	38.345	.610	.911
X1.3	62.7900	39.966	.501	.913
X1.4	62.5200	38.636	.559	.912
X1.5	62.6900	40.034	.394	.915
X1.6	62.5000	37.707	.698	.909
X1.7	62.7300	39.270	.531	.913
X1.8	62.8000	39.253	.526	.913
X2.1	62.5600	39.703	.389	.916
X2.2	62.6300	40.842	.251	.919
X2.3	62.3500	38.391	.624	.910
X2.4	62.2900	37.541	.716	.908
X2.5	62.4500	38.008	.617	.911
X2.6	62.4000	37.596	.673	.909
Y1.1	62.6800	38.482	.621	.911
Y1.2	62.7200	38.729	.563	.912
Y1.3	62.6000	37.495	.653	.910
Y1.4	62.7400	38.619	.657	.910
Y1.5	62.6600	38.772	.536	.912
Y1.6	62.6100	38.846	.541	.912

Sumber: Hasil Olahan Data Menggunakan SPSS 25, 2024

Menurut tabel 9 dapat ditinjau reliabilitas variabel pengetahuan kewirausahaan, sosial media, dan minat berwirausaha nilainya > 0.6 yang artinya, instrument penelitian dinyatakan reliabel dan layak dijadikan variabel dalam pengukuran penelitian.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalisasi

Table 9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.72113107	
Most Extreme Differences	Absolute	.092	
	Positive	.092	
	Negative	-.076	
▶ Test Statistic		.092	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.038	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.038	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.033
		Upper Bound	.043

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil Olahan Data Menggunakan SPSS 25, 2024

Menurut tabel 10 hasil uji normalitas diketahui hasil nilai signifikansi 0,038 > dari 0,05 sehingga menyimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Table 11. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.465	1.753		1.407	.163		
	Pengetahuan Kewirausahaan	.430	.070	.516	6.166	<.001	.750	1.333
	Sosial Media	.272	.081	.282	3.376	.001	.750	1.333

a. Dependent Variable: Minat Kewirausahaan

Sumber: Hasil Olahan Data Menggunakan SPSS 25, 2024

Dari table 11 diatas ada ataupun tidaknya multikolinearitas diketahui dengan nilai tolerance serta nilai *variance inflation factor* (VIF). Bila nilai tolerance > 0,10 atau VIF < 10 maka tidak terjadinya multikolinearitas. Dari data tersebut menyimpulkan

nilai tolerance $0,750 > 0,10$ dan nilai VIF $1,333 < 10$, sehingga menyimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variable independent untuk persamaan regresi.

c. Analisa Regresi Linear Berganda

Table 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.465	1.753		1.407	.163
	X1	.430	.070	.516	6.166	<.001
	X2	.272	.081	.282	3.376	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Data Menggunakan SPSS 25, 2024

Hasil perhitungan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian:

$$Y = 2,465 + 0,430X_1 + 0,272X_2$$

Sehingga bisa di simpulkan koefisien variabel pengetahuan kewirausahaan sebesar 0,430 dan signifikasi $< 0,05$ dan variabel sosial media 0,272 dan signifikasi $< 0,05$. Yang bertanda positif, menunjukkan bila pengetahuan kewirausahaan dan sosial media meningkat maka minat berirusaha akan semakin meningkat.

Uji Hipotesa

1) Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (r^2)

Table 13. Hasil Uji Pengukuran (R) dan (r^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.491	.481	1.72577

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Data Menggunakan SPSS 25, 2024

Dari table diatas menyimpulkan:

- a. Nilai R 0,701 yang menunjukkan korelasi hubungan variabel sebesar 70,1%.
- b. R Square 0,491 yang menunjukkan minat berwirausaha bisa di prediksi oleh pengetahuan kewirausahaan serta sosial media sebesar 49,1% .
- c. Nilai Adjusted R Square 0,481 yang diartikan penegtahuan kewirausahaan serta

sosial media mampu menjelaskan variabel minat berwirausaha sebesar 48,1% sedangkan sisanya 51,9% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

d. *Standar error of the estimate* 1,72577 yang diartikan tingkat kesalahan dari model regresi linear berganda pada penelitian tertulis sebesar 1,72577.

2) Uji Model F

Table 14. Hasil Uji Model F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.816	2	139.408	46.808	<.001 ^b
	Residual	288.894	97	2.978		
	Total	567.710	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil Olahan Data Menggunakan SPSS 25, 2024

Uji model f dilaksanakan untuk membuktikan semua variable independen yang di masukkan ke dalam model adanya pengaruh pada variable dependen.

F hitung > F table (Ada Pengaruh)

46,808 > 3,094

Dan dapat ditinjau dari Sig 0,01 < 0,05 (Ada Pengaruh)

Maka menyimpulkan pengetahuan kewirausahaan serta sosial media adanya pengaruh terhadap minat berwirausaha. Dengan yang di ketahui, nilai *Adjusted R Square* 0,481 yang diartikan pengetahuan kewirausahaan serta sosial media mampu menjelaskan variabel minat berwirausaha sebesar 48,1% sedangkan sisanya 51,9% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3) Uji Model T

Table 15. Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.465	1.753		1.407	.163		
	X1	.430	.070	.516	6.166	<.001	.750	1.333
	X2	.272	.081	.282	3.376	.001	.750	1.333

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Data Menggunakan SPSS 25, 2024

Dari table diatas menyimpulkan:

- a. Pengetahuan Kewirausahaan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pada table diatas dapat di ketahui nilai t hitung untuk variabel (X_1) yakni; t hitung 6,166 > t tabel 1,1660 dalam tingkat signifikansi 0,01 < 0,05. Hal itu menyimpulkan variabel pengetahuan kewirausahaan adanya pengaruh pada minat berwirausaha pada generasi muda di wilayah Sidoarjo.

- b. Sosial media adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pada tabel 13 diketahui nilai t hitung untuk variabel (X_2) yakni; t hitung 3,376 > t table 1,1660 dalam tingkat signifikansi 0,01 < 0,05. Hal itu menyimpulkan variabel sosial media adanya pengaruh pada minat berwirausaha pada generasi muda dan milenial di wilayah Sidoarjo.

5. PENUTUP**Kesimpulan**

Penelitian tertulis tujuannya menguji pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan sosial media terhadap keputusan minat berwirausaha pada generasi muda di wilayah Sidoarjo.

Menurut analisi maka kesimpulannya:

- 1) Pengetahuan kewirausahaan adanya pengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha pada generasi muda di wilayah Sidoarjo. Dapat ditinjau dari perolehan nilai uji t di peroleh nilai t hitung 6,166 > t table 1,1660 dalam tingkat signifikansi 0,01 < 0,05.
- 2) Sosial media adanya pengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha pada generasi muda di wilayah Sidoarjo. Dapat ditinjau dari perolehan nilai uji t yang di

peroleh nilai t hitung $3,376 > t$ table $1,1660$ dalam tingkat signifikansi $0,01 < 0,05$.

Saran

Saran yang dapat direkomendasikan menurut hasil penelitian untuk menjadi pertimbangan berikutnya yakni:

1. Bagi Generasi Muda dan Milenial

Dengan hasil penelitian yang menyatakan pengetahuan kewirausahaan dan sosial media adanya pengaruh pada minat berwirausaha maka, sebaiknya para generasi muda dapat mencari ilmu pengetahuan serta pengalaman dalam bidang kewirausahaan, dimana yang kita ketahui generasi muda sudah tidak asing lagi dengan sosial media, sehingga pengetahuan juga bisa di dapatkan dari sosial media yang ada untuk meningkatkan skill dan pengetahuan serta memotivasi dalam rencana berwirausaha ataupun pengembangan usaha.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Bagi peneliti berikutnya bisa memperluas indikator dari variabel diamati, seperti indikator sikap kewirausahaan, jenis – jenis sosial media, fitur marketplace dan sebagainya yang dapat memperkuat pengaruh variabel dan berharap hasil penelitian berikutnya dapat lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1). Diakses 01 Januari 2024, dari <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845/2391>
- Alamsyah. (2020). Indikator kewirausahaan. eLibrary Unikom. Diakses 29 Januari 2024, dari <https://elibrary.unikom.ac.id/eprint/3137>
- Aprilia, D. I., & Firmansyah, V. (2020). Generasi muda yang kreatif. *Jurnal Abdi*, 12(1). Diakses 15 Februari 2024, dari <http://ejournal.lppm.ubhara.id/index.php/jurnal.abdi/article/download/101/89>
- Aqmala, D., Putra, S., & dkk. (2020). Faktor-faktor adanya minat berwirausaha. *Jurnal Daya Saing*, 15(2). Diakses 30 Januari 2024, dari <https://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/10858>
- Fairuz, K., & Tjipto, W. (2022). Pengaruh sosial media terhadap minat berwirausaha. *Sinomika*, 7(1). Diakses 02 Januari 2024, dari <http://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SINOMIKA/article/view/198>

- Fensi, F. (2018). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 4(1). Diakses 10 Januari 2024, dari <http://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian-dan-kewirausahaan/article/view/1007>
- Fiani, D. (2017). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Repository UIN Banten*. Diakses 02 Januari 2024, dari <http://repository.uinbanten.ac.id>
- Hidayatullah, S., Waris, A., & dkk. (2018). Umur generasi milenial. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(2). Diakses 26 Juli 2024, dari <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk>
- Indriyani, I., & Subowo. (2019). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 14(2). Diakses 01 Januari 2024, dari <http://journal.unilak.ac.id/sju/eeaj/article/view/31493/13650>
- Intan, D., & Tangdiallah, R. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. *Academia*, 17(1). Diakses 20 Februari 2024, dari <https://www.academia.edu/download/70362612/pdf>
- Kumala, B. (2020). Pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(1). Diakses 25 Januari 2024, dari <http://download.garuda.kemdikbud.go.id>
- Mkri.id. (2024). Undang-undang umur generasi muda. Mahkamah Konstitusi RI. Diakses 26 Juli 2024, dari <https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=9598>
- Nasution, M., & Nur'aeni. (2023). Pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Polban*, 9(1). Diakses 01 Februari 2024, dari <https://journal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/jales/article/view/5480>
- Normalasari. (2023). Indikator pengetahuan kewirausahaan. *Repository Unsil*. Diakses 12 Februari 2024, dari <http://repository.unsil.id>
- Prasetio, T. (2020). Pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Serasi*, 6(2). Diakses 20 Februari 2024, dari <http://journal.budiluhur.ac.id/index.php/serasi/article/view/1040>
- Putri. (2020). Pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha. *eLibrary Unikom*. Diakses 30 Januari 2024, dari <https://elibrary.unikom.ac.id/eprint/3830>
- Safitri, E., & Nawawi, Z. (2022). Generasi muda terhadap kewirausahaan. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen*, 12(3). Diakses 05 Februari 2024, dari <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/3698/1298>
- Sarita, J., & Farid, I. (2023). Peran generasi muda Sidoarjo terhadap kewirausahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 11(2). Diakses 05 Januari 2024, dari <https://jurnal.stia-bayuangga.ac.id/index.php/jurnal-ilmu-administrasi-negara/article/view/20/12>
- Sehroh. (2023). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Surabaya: STIE IBMT Surabaya.

- Sumerta, I. K., & Redianingsih, dkk. (2020). Media sosial terhadap minat kewirausahaan. *Academia*, 16(2). Diakses 26 Januari 2024, dari <https://academia.edu/download/74219609/35544.pdf>
- Suryaningsih, T., & Agustin, T. M. (2020). Indikator minat berwirausaha. eLibrary Garuda. Diakses 20 Februari 2024, dari <http://download.garuda.kemdikbud.go.id>
- Taan, H., Radji, D., & dkk. (2021). Indikator media sosial. Repository UNG. Diakses 25 Februari 2024, dari <https://repository.ung.ac.id>