

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PESERTA DIDIK

Irfani Nadia Putri

e-mail: irfani.19035@mhs.unesa.ac.id

Norida Canda Sakti

e-mail: noridacanda@unesa.ac.id

(Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya)

ABSTRAK: Kegiatan berwirausaha menjadi salah satu pemecah masalah guna menurunkan tingginya pengangguran yang terjadi di suatu negara, demi menciptakan negara yang makmur diperlukan jumlah wirausaha yang cukup besar. Namun, pada kenyataannya, minat berwirausaha khususnya pada peserta didik sebagai generasi mudah masih tergolong rendah. Tujuan penelitian ini antara lain, 1) menganalisis pengaruh literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha peserta didik, 2) menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha peserta didik 3) menganalisis pengaruh literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial secara simultan terhadap minat berwirausaha peserta didik. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah Peserta Didik Kelas XI IPS SMAN Waru Sidoarjo. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan software IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha peserta didik dengan diperoleh nilai R^2 sebesar 34%. Sedangkan secara parsial, diperoleh hasil bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha sedangkan pemanfaatan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa.

Kata kunci: Literasi Ekonomi, Minat Berwirausaha, dan Pemanfaatan Media Sosial

ABSTRACT: Entrepreneurship is one of the solutions to reduce the high unemployment that occurs in a country, in order to create a prosperous country, a large number of entrepreneurs are needed. However, in reality, interest in entrepreneurship, especially in students as an easy generation is still relatively low. The purpose of this research is 1) analyze the effect of economic literacy on students' entrepreneurial interest, 2) analyze the effect of social media utilization on students' entrepreneurial interest 3) analyze the effect of economic literacy and social media utilization simultaneously on students' entrepreneurial interest. The research method used is causal associative research with a quantitative approach. The sample in this study were students of class XI IPS SMAN Waru Sidoarjo. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis using IBM SPSS version 25. The results showed that simultaneously economic literacy variables and social media utilization have an influence on students' entrepreneurial interest with the obtained R^2 value of 34%. While partially, the results showed that economic literacy has no significant effect on entrepreneurial interest. Social media utilization has a significant effect on student entrepreneurial interest.

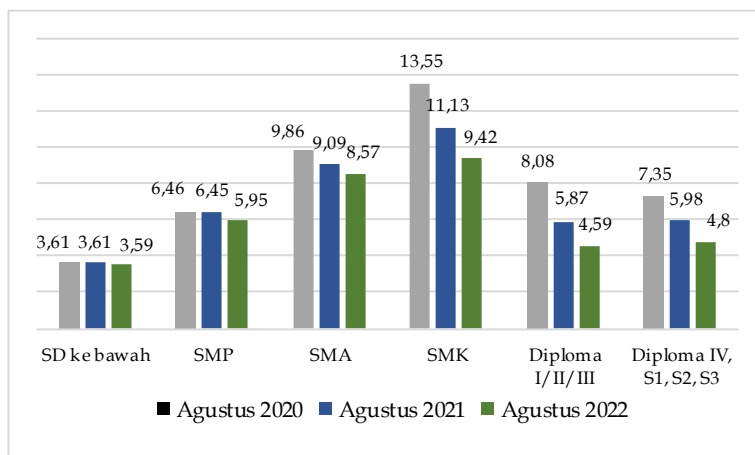
Keywords: Economic Literacy, Entrepreneurial Interest, and Social Media Utilization.

PENDAHULUAN

Kemiskinan menjadi permasalahan serius dalam perekonomian hampir di semua negara, termasuk Indonesia. Banyak negara termasuk Indonesia terus menempatkan perang melawan kemiskinan di garis depan strategi pembangunan mereka. Menurut Prayoga et al., (2021) kemiskinan dapat terjadi dikarenakan oleh beberapa faktor, diantaranya rendahnya gaji minimum, cara hidup seseorang yang tidak menguntungkan, dan terjadinya peningkatan jumlah pengangguran secara konsisten tanpa diimbangi dengan penambahan lapangan kerja. Pengangguran sendiri dapat dikatakan sebagai keadaan dimana seseorang ingin bekerja namun belum dapat bekerja dikarenakan belum mendapatkan pekerjaan (Franita, 2016). Tingginya permintaan akan lapangan kerja tanpa diimbangi lapangan pekerjaan yang mencukupi mengakibatkan tingkat pengangguran yang tinggi.

Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (2022) didapatkan bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada bulan Februari 2022 berada pada persentase 5,83 persen, dan komposisi angkatan kerja pada Februari 2022 terdiri dari 135,61 juta orang penduduk yang bekerja lalu 8,40 juta orang pengangguran. Pada bulan Agustus angka pengangguran meningkat menjadi 8,42 juta. Adapun data pengangguran yang diambil dari Badan Pusat Statistik berdasarkan tingkat pendidikan yang ditempuh tersaji dalam Grafik 1 sebagai berikut :

Grafik 1 Data TPT Menurut Pendidikan Periode Agustus 2020- Agustus 2022



Sumber : Badan Pusat Statistik (2022)

Berdasarkan Grafik 1, TPT dari tamatan SMK dan SMA masih menjadi yang tertinggi dibandingkan tamatan jenjang pendidikan lainnya sepanjang tiga tahun terakhir. Di sisi lain, bisa kita lihat bahwasanya TPT terendah berasal dari jenjang pendidikan SD ke bawah. Sehingga memiliki arti bahwa tingkat pendidikan seseorang tidak dapat diandalkan sebagai jaminan memperoleh pekerjaan dengan mudah. Salah satu alternatif untuk menanggulangi kasus pengangguran dan kemiskinan adalah dengan mengimbangi jumlah lapangan pekerjaan atau membuka sebuah usaha melalui kegiatan berwirausaha (Jalil, 2017).

Berwirausaha merupakan kegiatan yang dapat memberikan peningkatan perekonomian di Indonesia karena dengan berwirausaha kita dapat meningkatkan kreatifitas dan nantinya mampu untuk merealisasikan ide dan kreasi kita ke dalam sebuah produk, sehingga kita tidak lagi bergantung pada pemerintah seperti Pegawai Negeri Sipil yang masih di gaji oleh pemerintah (Mutiarasari, 2018). Setiap orang memiliki kesempatan untuk menjadi wirausahawan, mereka dapat mendirikan sebuah usaha kemudian membuka lapangan pekerjaan dan ikut berkontribusi dalam pembangunan perekonomian negara, menurut Khamimah (2021) berwirausaha merupakan faktor utama dalam terciptanya negara yang makmur. Namun fakta saat ini, menunjukkan bahwa rasio kewirausahaan Indonesia masih sangat rendah yakni 3,47% dari total penduduk Indonesia dibandingkan dengan rasio kewirausahaan Singapura sekitar 8,76%, Thailand dengan 4,26%, dan Malaysia dengan tingkat persentase 4,74% (Sutrisno, 2022). Secara garis besar, tentu jumlah wirausahawan di Indonesia masih tergolong rendah sehingga diperlukan penanganan guna meningkatkan jumlah wirausahawan.

Mengingat bahwa tingkat pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan tertinggi diduduki oleh tamatan SMK dan SMA selama tiga tahun terakhir serta rendahnya rasio kewirausahaan di Indonesia maka alternatif mengatasi permasalahan tersebut dapat dilakukan melalui pemberian pembekalan serta pengarahan kepada peserta didik agar tidak lagi hanya berorientasi menjadi pegawai dan mengandalkan lapangan pekerjaan dari orang lain, melainkan diarahkan untuk menjadi wirausahawan atau pengusaha yang membuka sebuah usaha sehingga memberikan lapangan pekerjaan untuk orang lain. Sehingga, menanamkan minat untuk berwirausaha kepada peserta didik sangat penting untuk dilakukan, khususnya pada peserta didik tamatan SMA yang terpaksa mencari kerja atau tidak melanjutkan pada jenjang perguruan tinggi, dimana dikhawatirkan akan terjadi persaingan yang tidak seimbang dengan tamatan SMK yang sedari awal sudah difokuskan sebagai lulusan yang memiliki keterampilan untuk bekerja (Alam, 2016).

Menumbuhkan minat berwirausaha dapat ditanamkan mulai usia remaja, dimana di usia remaja ini semangat akan menciptakan sebuah kreatifitas dan inovasi mulai tumbuh dan berkembang. Lembaga pendidikan formal menjadi salah satu lingkungan yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha, hal tersebut dapat dilakukan melalui proses pengajaran literasi ekonomi yang didapat melalui mata pelajaran ekonomi dan kewirausahaan. Melalui pembelajaran tersebut, peserta didik dapat menyerap dengan baik ilmu yang diberikan sehingga minat akan berwirausaha dapat muncul dan pemahaman peserta didik terkait literasi ekonomi dapat dengan baik diterapkan nantinya. Selaras dengan penelitian Wirawan & Puspitaningsih (2018) yang mengatakan bahwa minat wirausaha peserta didik sangat dipengaruhi oleh literasi ekonomi, yang dapat diperoleh melalui proses pendidikan. Namun bertentangan dengan Andriyani *et al.*, (2021) yang mengatakan literasi ekonomi tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha.

Menurut Mukarramah *et al.*, (2020) literasi ekonomi didefinisikan sebagai pengetahuan, pemahaman, dan *skill* dalam membuat memutuskan suatu pilihan pada bidang ekonomi secara cerdas untuk meningkatkan kualitas hidup demi mencapai sebuah kesejahteraan. Seseorang dapat dikatakan sejahtera ketika ia dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, sehingga dalam menjalani kehidupan tidak ada hambatan yang menggaggunya. Dalam memenuhi kebutuhannya seseorang harus dapat membuat keputusan ekonomi yang cerdas, dimana keputusan yang cerdas dalam memilih tersebut dapat dilakukan jika seseorang memiliki pemahaman terkait literasi ekonomi. Sehingga penting halnya bagi kita memiliki pemahaman yang tinggi terkait literasi

ekonomi demi mencapai kehidupan yang sejahtera dimasa depan. Melihat peluang usaha dengan memanfaatkan pendapatan atau dana yang kita miliki demi mendapatkan keuntungan untuk diri kita serta orang lain merupakan salah satu keputusan yang cerdas dari hasil pemahaman literasi ekonomi yang tinggi. Kebanyakan orang yang memiliki pemahaman rendah terkait literasi ekonomi memiliki perilaku yang konsumtif. Mereka enggan untuk menabung, berinvestasi, serta tidak memiliki proteksi terkait keuangan untuk memenuhi kebutuhan hidup dimasa depan (Sina, 2012).

Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti dari Peserta Didik Kelas XI SMAN 1 Waru Sidoarjo, mereka mengatakan bahwasanya telah menempuh mata pelajaran ekonomi sejak duduk di kelas sepuluh. Mata pelajaran tersebut meliputi materi kelangkaan, skala prioritas, masalah pokok ekonomi, sistem perekonomian, kegiatan ekonomi, permintaan dan penawaran, pasar, otoritas jasa keuangan, lembaga jasa keuangan, badan usaha, perkoperasian, manajemen, pembangunan, pertumbuhan ekonomi, ketenagakerjaan, pendapatan nasional, indeks harga, inflasi, kebijakan moneter dan fiskal, dan APBN /APBD, sehingga peserta didik kelas XI IPS SMAN 1 Waru termasuk telah mendapatkan bekal literasi ekonomi yang memadai dari pihak sekolah. Melalui pemahaman literasi ekonomi yang dimiliki, diharapkan dapat dimanfaatkan oleh peserta didik guna lebih cerdas dalam menentukan suatu pilihan yang bijak kaitannya dalam kegiatan berwirausaha.

Melihat peluang untuk berwirausaha dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seharusnya dapat dengan mudah dilakukan di era kemajuan teknologi saat ini. Sebagian besar penduduk di Indonesia memiliki pemahaman akan kemajuan teknologi yang tinggi. Hal tersebut terlihat dari banyaknya penduduk Indonesia yang menggunakan media sosial. Berdasarkan laporan *We Are Social* dikutip dari dataindonesia.id, tingkat penggunaan media sosial masyarakat Indonesia pada bulan Januari 2022 mencapai 191 juta orang. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 12,25% dibandingkan periode sebelumnya dengan jumlah 170 juta pengguna sosmed. Whatsapp merupakan hiburan virtual yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, kemudian pada urutan kedua ada Instagram dengan persentase sebesar 88%, dan peringkat ketiga ada Facebook dengan persentase sebesar 81,3%. Sementara itu, penggunaan telegram juga menunjukkan angka sebesar 63,1%, dan media sosial yang sedang *trend* beberapa waktu ini yaitu TikTok mencapai persentase sebesar 62,8%. (Mahdi, n.d.).

Memanfaatkan media sosial untuk berwirausaha merupakan dampak terbaik yang diberikan oleh era kemajuan teknologi saat ini, media sosial sendiri merupakan situs atau layanan online yang memungkinkan orang berinteraksi dengan teks, gambar, dan video yang dapat digunakan oleh individu dari semua kelas sosial (Susilawaty, 2022). Media sosial dapat dimanfaatkan untuk menghubungkan kita dengan banyak orang diluar jangkauan dengan lebih mudah dan biaya yang sedikit bahkan gratis, hal tersebut memberi peluang untuk dapat mempromosikan dan memasarkan produk kita sehingga jangkauannya lebih luas. Bahkan media sosial sendiri dapat menciptakan sebuah ide usaha dari pengamatan kita terhadap tren, perilaku, dan kebiasaan masyarakat di media sosial. Sehingga diharapkan pemanfaatan media sosial ini dapat membawa dampak positif serta menumbuhkan minat kita untuk berwirausaha sehingga selaras dengan Maharani *et al.*, (2022) dimana pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun bertentangan dengan Hariyani & Wibowo, (2020) bahwa pemanfaatan media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Responden pada penelitian ini secara umum hanya menggunakan media sosial sebagai media berkomunikasi, mencari hiburan serta berbagi informasi, sehingga dalam pemanfaatan media sosial untuk kegiatan berwirausaha kurang dimaksimalkan.

Berwirausaha menjadi salah satu *problem solving* yang dapat memengaruhi turunnya pengangguran melalui pembukaan lapangan usaha. Pengangguran itu sendiri merupakan permasalahan ekonomi yang telah kita bahas sebelumnya, angka pengangguran terus kian meningkat sehingga penting halnya menanamkan minat berwirausaha pada peserta didik sekolah menengah atas sejak dini. Memanfaatkan potensi dari banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial yang dapat menjadi sarana dalam mempromosikan, memasarkan serta melihat peluang dari sebuah tren yang saat ini terjadi di media sosial diiringi dengan pemahaman literasi ekonomi yang telah didapatkan dari mata pelajaran ekonomi maupun kewirausahaan di sekolah menjadi bekal peserta didik untuk menumbuhkan minat berwirausahanya.

Berdasarkan fenomena dan beberapa hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil inkonsisten, maka untuk itu perlu untuk dilakukan penelitian dengan tujuan penelitian antara lain, 1) menganalisis pengaruh literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha peserta didik, 2) menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha peserta didik 3) menganalisis pengaruh literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial secara simultan terhadap minat berwirausaha peserta didik

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Berwirausaha

Nurhayati (2020) mendefinisikan minat sebagai tindakan yang dilakukan individu untuk dalam menanggapi hal-hal yang disukainya dengan cara yang dikendaki oleh individu itu sendiri. Adapun menurut Riyanti (2003) minat akan terbentuk ketika seseorang mengetahui bahwa suatu hal tersebut bermanfaat, terbentuknya minat dari hal yang bermanfaat akan memberikan kepuasan. Antara minat dengan kepuasan memiliki hubungan lurus, yakni ketika kepuasan turun maka minatpun ikut turun, dan sebaliknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara kepuasan dengan minat memiliki sifat tidak permanen tetapi dapat berubah.

Minat yang dimiliki seseorang, akan menjadikan seseorang tersebut tertarik pada bidang tertentu, merasa senang melakukan kegiatan tersebut, dan bisa memilih bidang yang memberikan keuntungan dan memuaskan (Hermarini, 2019). Minat berwirausaha sendiri merupakan kecenderungan yang menunjukkan ketertarikan, rasa senang, seseorang terhadap dunia wirausaha (Alma, 2013). Adapun menurut Paulina & Wardoyo (2012) minat berwirausaha yaitu keinginan untuk bertindak sebagai wirausaha, khususnya keinginan untuk menciptakan inovasi baru melalui kesempatan usaha dan keberanian dalam mengambil risiko. Pendapat lain dari Ardiyani & Kusuma (2016) minat berwirausaha merupakan sebuah kemauan untuk mengambil berbagai resiko terkait dengan tindakan yang telah diambil, serta kemauan untuk menempuh jalan dan cara baru. Mereka juga sadar akan perlunya rajin dan bekerja keras demi keinginan agar usahanya bisa maju, dan selalu terbuka untuk belajar dari pengalaman baru. Menurut beberapa pandangan di atas, minat individu dalam berwirausaha dapat dipahami sebagai keinginan, kemauan, kemenarikan, dan kesediaan untuk berusaha keras untuk memulai bisnis. Hal ini dapat dicapai dengan mampu mengenali peluang tanpa takut akan risiko yang ada di depan dan konsisten dalam belajar dari kesalahan mereka.

Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi berasal dari kata literasi yang dihubungkan dengan bidang ekonomi. Literasi ekonomi dapat diartikan sebagai pemahaman tentang keterampilan dan penguasaan ilmu ekonomi dari individu. Menurut Setiawan *et al.*, (2020) Literasi ekonomi dapat didefinisikan sebagai sebuah pengetahuan, pemahaman konsep, prinsip dasar ekonomi, dan aspek praktis dari pengetahuan yang mengatur ilmu ekonomi. Sedangkan pendapat lain dari Mukarramah *et al.*, (2020) literasi ekonomi merupakan sebuah pengetahuan, pemahaman, dan keahlian dalam membuat keputusan ekonomi yang cerdas untuk meningkatkan kualitas hidup demi mencapai sebuah kesejahteraan. Kegiatan ekonomi menjadi bagian krusial dalam kehidupan individu dan tidak dapat dielakkan. Bagian dari kegiatan ekonomi adalah memenuhi kebutuhan dasar seseorang, yang memerlukan pengetahuan ekonomi yang cukup untuk mengelola secara efektif dalam praktiknya. Akibatnya, literasi ekonomi atau pemahaman tentang ekonomi menjadi sangat penting untuk dimiliki. Hal tersebut juga sejalan dengan pendapat Kusniawati & Kurniawan, (2016) dimana literasi merupakan keterampilan untuk memanfaatkan dan bertanggung jawab atas pemanfaatan teknologi, bidang ekonomi, bidang politik, berpikir kritis dan mempunyai sifat peka terhadap lingkungan.

Bagi seorang pengusaha literasi ekonomi sangat dibutuhkan karena sebagai seorang pengusaha kita harus menguasai bagaimana perilaku produsen, perilaku konsumen, dan dapat melakukan optimalisasi sumber daya yang terbatas dalam menajalan usaha dan mengerti terkait skala prioritas (Sariwulan *et al.*, 2020). Selain itu memiliki literasi ekonomi yang baik juga dapat membantu kita untuk berpikir rasional dalam memulai bisnis, meningkatkan peluang keberhasilan dan mengurangi peluang kegagalan dalam berwirausaha (Silviana & Megayanti Windi, 2022).

Menurut beberapa sudut pandang di atas, literasi ekonomi dapat didefinisikan sebagai pemahaman tentang pengetahuan dasar ekonomi yang memungkinkan seseorang membuat keputusan ekonomi yang tepat ketika terlibat dalam kegiatan ekonomi sehari-hari. Seseorang akan terdorong untuk membuat keputusan ekonomi yang rasional bagi dirinya dan usahanya sebagai hasil dari literasi ekonomi. Literasi ekonomi yang baik, dapat lebih mudah membantu seseorang untuk menjalankan kegiatan berwirausahanya, dikarenakan belajar literasi ekonomi di dunia pendidikan menjadi tahapan dasar bagi siswa dalam memupuk minat berwirausaha dan menjadi wirausahawan sukses dikemudian hari (Setiawan *et al.*, 2020).

Pemanfaatan Media Sosial

Media didefinisikan sebagai alat atau sarana untuk berinteraksi satu sama lain, sedangkan sosial berhubungan dengan masyarakat, atau dimanfaatkan untuk kepentingan umum. Dengan demikian, media sosial merupakan sarana terasosiasi untuk saling menyampaikan dan terhubung kepada orang lain. Selain itu, konsep demokrasi informasi juga memberikan perubahan pada individu yang mulanya pembaca konten menjadi pembuat konten. Adapun menurut Cross (2013) berbagai teknologi yang memungkinkan individu untuk berkolaborasi, membagikan informasi, dan melakukan interaksi secara virtual dengan individu lain melalui konten pesan berbasis web disebut sebagai "media sosial". Pendapat lain menurut Susilawaty (2020) media sosial adalah situs online yang mengizinkan individu untuk bekerja sama satu sama lain dengan teks, gambar, dan rekaman dengan berbagai cara yang terbuka untuk individu dari setiap kalangan sosial. Kini media sosial telah berkembang dengan pesat dikarenakan teknologi yang semakin modern dan canggih hal tersebut menjadi peluang untuk masyarakat menjadi lebih kreatif dalam bermedia sosial. Canggihnya teknologi membuat media sosial bisa dimanfaatkan untuk saling berbagi informasi, video, dan

gambar hingga ke luar negeri (Rahayu & Laela, 2018). Selain itu, melalui pemanfaatan media sosial orang - orang dapat saling terhubung secara online baik dalam hubungan pribadi, politik, maupun bisnis (Harahap & Susri Adeni, 2020).

Kahyangan *et al.*, (2022) menyatakan bahwa saat ini media berbasis web sangat diminati oleh masyarakat sehingga pemanfaatan media sosial untuk kepentingan kemajuan bisnis, misalnya melibatkannya untuk kemajuan bisnis sudah banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis besar dan UMKM. Sementara itu, Dewi (2019) mendefinisikan media sosial sebagai perangkat mekanis yang dimanfaatkan guna menjadikan penjualan produk meningkat dan mempermudah rencana pemasaran. Selain itu media sosial juga menawarkan kemudahan bagi individu untuk terkoneksi satu sama lain, memungkinkan bisnis menjual produk yang murah tanpa harus membayar spanduk, menyewa karyawan atau toko (Alfaruk, 2017). Mencermati sebagian pengertian tersebut, media sosial diartikan sebagai media online yang dipergunakan oleh individu untuk bekerja sama dengan teks, gambar atau rekaman dalam hubungan pribadi, masalah politik dan kegiatan bisnis seperti melakukan promosi. Dengan adanya berbagai bentuk media sosial diharapkan dapat digunakan oleh masyarakat untuk menumbuhkan minat berwirausaha serta memudahkan setiap orang dalam menjalankan bisnis sejalan dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Data penelitian ini adalah data primer yaitu diperoleh dari hasil tes dan kuesioner. Sebelum penyebaran kuesioner pada sampel yang sesungguhnya, akan di uji validitas dan realibilitas.

Variabel literasi ekonomi pada penelitian ini diukur melalui indikator NCEE dalam Stevani & Gumanti (2019) sebanyak 20 indikator. Variabel pemanfaatan media sosial pada penelitian ini diukur melalui indikator teori Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam Kurniawan & Harti, (2013) : 1) Sarana Komunikasi, 2) Akses, 3) Pemanfaatan. Variabel minat berwirausaha diukur menggunakan indikator Julindrastuti & Karyadi (2022) yaitu : 1) tidak tergantung pada orang lain, 2) membantu lingkungan sosial, dan 3) perasaan senang menjadi seorang wirausaha.

Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 111 Peserta didik kelas XI IPS SMAN 1 Waru Sidoarjo. Data yang telah selesai dikumpulkan, diolah dengan teknik statistik, meliputi asumsi klasik, analisis linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi dengan bantuan IBM SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengambilan data penelitian ini dilakukan melalui penyebaran angket kepada sampel yang terdiri dari empat instrumen, yaitu literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha yang sebelumnya telah dilakukan validasi oleh dosen ahli. Setelah dilakukan uji instrumen penelitian, untuk literasi ekonomi berupa soal tes pada awalnya terdiri terdiri dari 20 soal, pemanfaatan media sosial, dan minat berwirausaha terdiri dari masing-masing 8 pernyataan.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Berikut ini hasil pengolahan data untuk uji asumsi klasik menggunakan SPSS :

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Dasar Pengambilan Keputusan	Hasil Uji	Keterangan
Uji Normalitas	<i>Asymp sig > 0,05</i>	<i>Asymp sig.</i> : 0,200	Normal
Uji Linieritas	<i>Deviation from linearity > 0,05</i> <i>Linearity < 0,05</i>	Literasi Ekonomi : 0,537 Pemanfaatan Media Sosial : 0,00	linier
Uji Multikolinieritas	<i>Tolerance > 0,1</i> <i>VIF < 10</i>	Tolerance Literasi Ekonomi :0,998 Pemanfaatan Media Sosial : 0,998 VIF Literasi Ekonomi : 1..002 Pemanfaatan Media Sosial : 1.002	Tidak terjadi gejala Multikolinieritas
Uji Heteroskedastisitas	<i>Sig. > 0,05</i>	<i>Sig.</i> Literasi Ekonomi : 0,166 <i>Sig.</i> Pemanfaatan Media Sosial : 0,00	Tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah (2023)

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.602	3.332		4.683	.000
	Literasi Ekonomi	-.025	.018	-.132	-1.397	.166
	Pemanfaatan Media Sosial	.473	.118	.377	3.996	.000

a. Dependent Variable: Minat berwirausaha

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 3, dapat dirumuskan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$y = 15,602 - 0,025 + 0,473 + e$$

Persamaan regresi linier berganda ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 15,602, menunjukkan apabila variabel literasi ekonomi, pemanfaatan media sosial, tidak berubah atau konstan, maka minat berwirausaha adalah sebesar 15,602.
- 2) Nilai koefisien literasi ekonomi adalah -0,025, dimana dapat diartikan apabila variabel literasi ekonomi meningkat 1 satuan maka minat berwirausaha akan mengalami peningkatan sebesar - 0,025 dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan.
- 3) Nilai koefisien pemanfaatan media sosial adalah 0,473, dimana dapat diartikan apabila variabel pemanfaatan media sosial meningkat 1 satuan maka minat berwirausaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,473 dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan.

Uji Hipotesis

Hipotesis diuji menggunakan uji t dan uji F. Berikut ini adalah hasil yang diperoleh setelah melakukan uji t dan uji F :

Tabel 3 Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.602	3.332		4.683	.000
	Literasi Ekonomi	-.025	.018	-.132	-1.397	.166
	Pemanfaatan Media Sosial	.473	.118	.377	3.996	.000

a. Dependent Variable: Minat berwirausaha

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa literasi ekonomi (X1) memiliki t hitung sebesar - 1,397 dengan t tabel sebesar 1,98525, sehingga t hitung < t tabel. Selain itu, melihat dari nilai sig. sebesar 0.166 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H₁ ditolak, dimana secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan sebesar -1,397 antara literasi ekonomi (X1) terhadap minat berwirausaha (Y). Sedangkan pada variabel pemanfaatan media sosial (X2) memiliki t hitung sebesar 3,996 dengan t tabel sebesar 1,98525, sehingga t hitung > t tabel. Selain itu, melihat dari nilai sig. sebesar 0.000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H₂ diterima, dimana secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 3,996 antara pemanfaatan media sosial (X2) terhadap minat berwirausaha (Y).

Tabel 4 Hasil Uji F
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	404.437	2	202.218	8.731	.000 ^b
	Residual	2200.358	95	23.162		
	Total	2604.795	97			

a. Dependent Variable: Minat berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Media Sosial, Literasi Ekonomi

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 8,731 > F Tabel 3,09 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0,05, sehingga H_3 diterima, dimana mengartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Berikut ini hasil uji koefisien determinasi menggunakan aplikasi SPSS :

Tabel 5 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.233 ^a	.054	.034	2.82161

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Media Sosial, Literasi Ekonomi

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,34, dimana hal ini mengartikan bahwa pengaruh variabel bebas yaitu literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha adalah sebesar 34%.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Minat Berwirausaha

Literasi ekonomi peserta didik dapat digunakan guna membuat pilihan yang bijaksana, baik untuk bisnis mereka maupun untuk diri mereka sendiri. Hal ini diharapkan dapat mempermudah peserta didik dalam menjalankan bisnisnya di masa mendatang. Oleh karena itu mengajarkan literasi ekonomi kepada peserta didik sangatlah penting (Silviana & Megayanti Windi, 2022). Silviana & Megayanti Windi (2022) dengan penelitiannya “Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik Kelas XI IPS SMA Negeri 38 Jakarta” menyatakan bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap minat berwirausaha peserta didik. Arti positif disini adalah minat berwirausaha tumbuh seiring dengan peningkatan pengetahuan literasi ekonomi, dengan kata lain peserta didik yang literasi ekonominya tergolong tinggi lebih mungkin melakukan keputusan berwirausaha dibandingkan peserta didik dengan tingkat literasi ekonomi yang tergolong rendah. Selaras dengan Kahyangan *et al.*, (2022) yang juga memaparkan bahwa literasi ekonomi yang tinggi akan memengaruhi pola pikir individu kaitannya dengan dunia usaha. Namun dalam penelitian yang dilakukan Andriyani *et al.*, (2021) dan Wahida & Madrianah (2023) yang menunjukkan bahwa literasi ekonomi tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis data uji hipotesis yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Literasi Ekonomi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak, dimana secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antara literasi ekonomi (X1) terhadap minat berwirausaha (Y). Hasil penelitian ini bertentangan dengan (Silviana & Megayanti Windi, 2022; Haryono, 2022; dan Kahyangan *et al.*, 2022) yang menyatakan bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap minat berwirausaha, sedangkan penelitian ini sejalan dengan (Andriyani *et al.*, 2021) dimana literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Meskipun hasil tes literasi ekonomi menunjukkan pada kategori cukup namun tidak dapat dijadikan sebagai faktor utama yang menjadikan peserta didik untuk

membuat memiliki minat berwirausaha. Hal ini sejalan dengan Suryana (2009) dimana individu menjadi wirausahawan didasari oleh pengalaman, sehingga ia memiliki jiwa dan watak kewirausahaan. Oleh karena itu praktik kewirausahaan sangat penting untuk memberikan pengalaman peserta didik dalam berwirausaha.

Selain itu menurut Trisnawati, (2017) literasi saja tidak cukup untuk menjadi modal peserta didik dalam menjalankan wirausaha, akan tetapi peserta didik harus mampu melihat kondisi riil yang terjadi di lapangan atau dipasar sehingga dapat menentukan kiat yang baik dalam memulai usaha. Selanjutnya alasan lain mengapa literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha peserta didik dapat terjadi dikarenakan literasi ekonomi bukan pengetahuan utama untuk dimiliki peserta didik dalam memulai sebuah usaha, sehingga secara langsung literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha peserta didik. Pengetahuan utama yang harus dimiliki peserta didik dalam memulai usaha adalah pengetahuan kewirausahaan.

2. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Penelitian Maharani *et al.*, (2022) yang berjudul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Kecerdasan Emosional Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Jakarta” menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial memengaruhi minat berwirausaha individu, dimana hal tersebut dikarenakan pemanfaatan media sosial sangat berperan dalam kegiatan berwirausaha, seseorang dapat menjual atau mempromosikan barang lebih cepat dan dengan biaya lebih rendah. Indraswati *et al.*, (2020) juga menyatakan bahwa penggunaan media sosial memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa PGSD Universitas Mataram. Mahasiswa akan lebih tertarik berwirausaha jika memanfaatkan media sosial untuk tujuan yang lebih bermanfaat seperti mencari peluang usaha secara online, mencari koneksi bisnis, mencari produk untuk dijual kembali, mendapatkan inspirasi wirausaha, dan mempromosikan usaha. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Indoworo, 2016) mahasiswa menjadi lebih tertarik untuk memulai bisnis dan memasarkan barang dan jasa sebagai akibat dari meningkatnya penggunaan media sosial yang merubah pola pikir dari seorang konsumen menjadi seorang yang berkeinginan menjadi pengusaha. Lain halnya pada penelitian Hariyani & Wibowo (2020) dengan judul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis Terhadap Minat Berwirausaha” yang menyatakan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha oleh mahasiswa Program Studi Sekretari di Akademi Sekretari Budi Luhur.

Berdasarkan hasil analisis data uji hipotesis yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Pemanfaatan Media Sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini tentunya bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariyani & Wibowo (2020) yang mengungkapkan bahwa pemanfaatan media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini sendiri sejalan dengan (Maharani *et al.*, 2022; Mahdiyyah & Subroto, 2022; Chabib, 2021) dimana menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Kemunculan media sosial sendiri dianggap sangat menguntungkan selain bisa dimanfaatkan sebagai media jejaring sosial media sosial juga berguna dalam menumbuhkan minat seseorang untuk belajar tentang berwirausaha (Mahdiyyah & Subroto, 2022).

Pemanfaatan media sosial memiliki peran besar dalam kegiatan berwirausaha, yang pertama yakni dengan media sosial kita bisa mengetahui trends yang sedang terjadi dan dapat menjadikannya sebagai inspirasi dan peluang membuka sebuah usaha. Kedua, media sosial memudahkan interaksi antara penjual dengan pembeli, dari interaksi tersebut penjual dapat mengetahui informasi tentang karakteristik, selera, serta pendapat pelanggan terkait produk yang selanjutnya dapat dijadikan

sebagai bahan evaluasi untuk membuat keputusan bisnis yang cerdas. Ketiga, media sosial dapat menjadi tempat untuk kita memasang sebuah iklan, dimana iklan ini tidak memerlukan biaya yang mahal selain itu fitur yang tersedia membuat iklan lebih efektif dalam menjangkau calon pelanggan yang tepat.

3. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada peserta didik memberikan hasil dimana secara garis besar literasi ekonomi peserta didik terdapat pada kategori cukup dan pada variabel pemanfaatan media sosial peserta didik banyak menjawab pada prefensi sangat setuju dalam mempengaruhi minat berwirausaha. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi (X1) dan pemanfaatan media sosial (X2) secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y). Hasil penelitian Uji F memperoleh nilai F hitung lebih besar dari pada F Tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, sehingga H_3 diterima, dimana mengartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwasannya variabel literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial mempengaruhi minat berwirausaha peserta didik, dimana variabel terbesar yang mempengaruhi minat berwirausaha peserta didik berasal dari pemanfaatan media sosial dengan hasil peserta didik paling banyak menjawab sangat setuju untuk pernyataan yang telah diberikan terkait pemanfaatan media sosial. Sejalan dengan indikator tersebut Maharani *et al.*, (2022) mengatakan bahwa pemanfaatan media sosial sangat berperan dalam kegiatan berwirausaha, seseorang dapat menjual atau mempromosikan barang lebih cepat dan dengan biaya lebih rendah berkat media sosial, yang memungkinkan setiap orang untuk tetap terhubung satu dengan yang lain setiap saat. Selanjutnya yakni literasi ekonomi dimana peserta didik banyak menjawab benar pada tes yang telah diberikan pada indikator kelangkaan, sistem ekonomi dan mekanisme alokasi, uang, kewirausahaan, sumber daya manusia, kebijakan ekonomi pemerintah, inflasi, kebijakan ekonomi moneter dan fiskal. Dari beberapa indikator tersebut dapat berkaitan dengan pemahaman berwirausaha peserta didik yang jika diterapkan dapat saling berhubungan. Riadi *et al.*, (2022) mengatakan bahwasanya pengetahuan dan pemahaman terkait ilmu ekonomi tentunya akan memberikan banyak manfaat, sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari untuk menjadi solusi dari permasalahan ekonomi dan memberikan pandangan untuk membuat keputusan yang bijak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya Literasi ekonomi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha peserta didik, Pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha peserta didik, dan Literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha peserta didik.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan hasil berupa beberapa saran yang dapat diberikan 1) Bagi pihak sekolah diharapkan dapat mampu memwawahi peserta didik dengan kegiatan penunjang yang berkaitan dengan literasi ekonomi, pemanfaatan media sosial, dan minat berwirausaha. Guru juga disarankan untuk terus dapat mengoptimalkan serta meningkatkan kompetensinya dalam pelaksanaan pembelajaran agar mampu membantu peserta

didik dalam meningkatkan literasi ekonomi dan kemampuannya dalam memanfaatkan fitur – fitur media sosial kaitannya dengan menumbuhkan minat berwirausaha serta proses pemasaran. 2) Bagi peserta didik diharapkan dapat memaksimalkan sarana dan prasarana yang telah difasilitasi oleh pihak sekolah, seperti meningkatkan literasi dengan banyak membaca dan mempelajari buku yang tersedia di perpustakaan, bijak dalam bermedia sosial dan memanfaatkannya untuk mencari informasi terkait peluang usaha yang dapat memupuk minat berwirausaha maupun mengembangkan usaha yang dimiliki, sehingga setelah lulus memiliki ilmu untuk membuka sebuah usaha, dan dapat menambah lapangan pekerjaan serta mengurangi pengangguran. 3) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel yang lebih relevan untuk mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha, serta memperbanyak teori ataupun referensi yang dapat mendukung penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S. (2016). Tingkat Pendidikan dan Pengangguran di Indonesia (Telaah Serapan Tenaga Kerja SMA/SMK dan Sarjana). *Jurnal Imiah BONGAYA (Manajemen & Akuntansi)*, XIX, 250–257.
- Alfaruk, M. H. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 164. <https://doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172>
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Andriyani, N., Nusantoro, J., & Parmayanti, E. F. (2021). Pengaruh Adversity Quotient, Pengalaman, Literasi Ekonomi, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Febenefecium*, 4, 196–203. <https://journal.unimma.ac.id>
- Ardiyani, N., & Kusuma, A. (2016). Pengaruh Sikap, Pendidikan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(8), 5155–5183. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=b4WRIZ4AAAAJ&citation_for_view=b4WRIZ4AAAAJ:WF5omc3nYNoC
- Badan Pusat Statistik. (2022). *BRSbrsInd-20220509104634*. 34.
- Chabib, M. H. S. (2021). Pengaruh Mata Pelajaran Bisnis Online, Penggunaan Smartphone, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII BDP di SMK Negeri 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1209–1215. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>
- Cross, M. (2013). *Social media security: Leveraging social networking while mitigating risk*. Newnes.
- Dewi, G. C. (2019). Dampak Pemakaian Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Mikro (Studi Pada Usaha Makanan Kaki Lima). *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v3i1.35>
- Harahap, M. A., & Susri Adeni. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Hariyani, R., & Wibowo, A. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis Terhadap Minat Berwirausaha. *SEMINAR NASIONAL Dinamika Informatika 2020 Universitas PGRI Yogyakarta*, 112–118. <http://prosiding.senadi.upy.ac.id/index.php/senadi/article/view/137/129>
- Haryono, A. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Kemampuan Spesifik Mahasiswa Dalam Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(2), 105–113. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/29724%0Ahttp://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/article/download/29724/10614>
- Hermarini. (2019). Pengaruh Praktik Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Program Keahlian Bisnis dan Pemasaran SMK Negeri 1 Kota Bengkulu. *Jurnal AkunStie (JAS)*, 5(2).

- <http://jurnal.univbinainsan.ac.id/index.php/jas/article/view/681%0Ahttp://jurnal.univbinainsan.ac.id/index.php/jas/article/download/681/474>
- Jalil, M. A. (2017). Solusi Mengatasi Pengangguran Di Indonesia. *Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah*, 18(1), 30–45.
- Julindrastuti, D., & Karyadi, I. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2. <https://journal-stiehidayatullah.ac.id/index.php/tadbir/article/view/98>
- Kahyangan, A. R., Utomo, S. W., & Wihartanti, L. V. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi, Sosial Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kecenderungan Berwirausaha Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 10(1), 33. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v10i1.11921>
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>
- Kurniawan, Y. R., & Harti. (2013). PENGARUH TINGKAT PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol 1 No 3. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Kusniawati, M., & Kurniawan, R. Y. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3), 1–9.
- Maharani, A., Yohana, C., & Pratama, A. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Kecerdasan Emosional Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 1–23.
- Mahdi, M. I. (n.d.). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Mahdiyyah, K. F., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. ... *Bidang Ekonomi Dan ...*, 1(2), 175–188.
- Mukarramah, Inanna, Hasan, M., Ahmad, M. I. S., & Nurdiana. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stkip Persada Khatulistiwa Sintang. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 35–46. <https://doi.org/10.31932/jpe.v4i1.433>
- Mutiarasari, A. (2018). Peran Entrepreneur Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran. *Dinar: Jurnal Prodi Ekonomi Syari'ah*, 1(2), 51–75. <http://ejournal.stail.ac.id/index.php/dinar/article/download/83/90>
- Nurhayati, A. (2020). Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 87–94. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.141>
- Paulina, I. ., & Wardoyo. (2012). Jurnal Dinamika Manajemen FAKTOR PENDUKUNG TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA. *Jdm*, 3(1), 1–10. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm>
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Riadi, S., Ginting, M., & Darus, P. (2022). Pelatihan Literasi Ekonomi Untuk Meningkatkan Minat Kewirausahaan Pada Siswa Kelas XII Jurusan Teknik Komputer Dan Jaringan SMK Swasta Mustafa *Jurnal Abdimas Mutiara*, 3(2), 222–227.
- Riyanti, B. P. D. (2003). Kewirausahaan dari sudut pandang psikologi kepribadian. *Jakarta: Grasindo*.
- Sariwulan, T., Suparno, S., Disman, D., Ahman, E., & Suwatno, S. (2020). Entrepreneurial Performance: The Role of Literacy and Skills. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*,

- 7(11), 269–280. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.269>
- Setiawan, A., Soetjipto, B. E., & Rudijanto, E. T. D. (2020). The Impact of Understanding Economic Literacy and Lifestyle on Entrepreneurial Intention of Students in Higher Education. *Management and Economic Journal (MEC-J)*, 4(3), 215–222. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v4i3.9565>
- Silviana, & Megayanti Windi. (2022). The Influence of Economic Literacy on the Interest in Entrepreneurship of Students in Class XII IPS SMA Negeri 38 Jakarta. *Intelektium*, 3(1), 140–146.
- Stevani, & Gumanti, D. (2019). Analisis Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa STKIP PGRI Sumatera Barat. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 11. <https://doi.org/10.24036/011041170>
- Suryana. (2009). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Susilawaty, E. A. (2020). Pengaruh Informasi Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Seminar Nasional Hasil Penelitian \& Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)*, 224–229.
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1–15.
- Sutrisno, E. (2022). Wirausahawan Mapan, Ekonomi Nasional Kuat. *Indonesia.Go.Id*. <https://indonesia.go.id/kategori/perdagangan/4994/wirausahawan-mapan-ekonomi-nasional-kuat?lang=1>
- Wirawan, Y. R., & Puspitaningsih, F. (2018). PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN PENGALAMAN PRAKERIN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PESERTA DIDIK KELAS XI KOMPETENSI KEAHLIAN ADMINISTRASI PERKANTORAN (APK) SMK NEGERI 1 POGALAN TAHUN PELAJARAN 2017/2018. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7, 106–115. <https://doi.org/http://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i2.4787>