

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI ERA *SOCIETY*
5.0 TERHADAP INTENSI BERWIRSAUSAHA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2020 DI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

oleh

Agnes Vivian

NIM : 06031282025038

Program Studi Pendidikan Ekonomi



FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

TAHUN 2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI ERA *SOCIETY*
5.0 TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2020 DI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

oleh

Agnes Vivian

NIM : 06031282025038

**Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

Disetujui untuk diajukan dalam ujian akhir program sarjana


**Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Pendidikan Ekonomi**



Dr. Dwi Hasmidyani, S.Pd., M.Si
NIP 198405262009122007



Indralaya, 25 Maret 2024
Pembimbing



Deskoni, S.Pd., M.Pd
NIP 197401012003122001

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI ERA *SOCIETY* 5.0
TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2020 DI UNIVERSITAS
SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh

Agnes Vivian

NIM : 06031282025038

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Telah diujikan pada:

Hari : Senin

Tanggal : 24 Juni 2024

Palembang, 27 Juni 2024

Mengesahkan

Pembimbing,

**Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Pendidikan Ekonomi**



**Dr. Dwi Hasmiyanti, S.Pd., M.Si
NIP 198405262009122007**



**Deskoni, S.Pd., M.Pd
NIP 197401012001121004**

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI ERA *SOCIETY* 5.0
TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI ANGGKATAN 2020 DI UNIVERSITAS
SRIWIJAYA

SKRIPSI

Oleh

Agnes Vivian

NIM : 06031282025038

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Mengesahkan:

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Pendidikan Ekonomi



Dr. Dwi Hasmiyanti, S.Pd., M.Si
NIP 198405262009122007



Mengesahkan
Pembimbing,



Deskoni, S.Pd., M.Pd
NIP 197401012001121004

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agnes Vivian

NIM : 06031282025038

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sungguh- sungguh bahwa makalah hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram di Era *Society* 5.0 terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya” ini adalah benar- benar karya penelitian sendiri dan peneliti tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia nomor 17 tahun 2010 tentang Pencegahan dan Pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, peneliti bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada peneliti.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh- sungguh tanpa pemaksaan dari pihak mana pun.

Indralaya, 25 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,



Agnes Vivian

NIM 06031282025038

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat dan anugerah- Nya, saya telah diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Bambang Hariyadi dan Ibu Maria Flora serta keluarga yaitu Adrian Antonius, Bektı Purwanti, Sisilia Paramita, Kristoper Heru Pranoto, Andreas Yudistira, Agustinus Anggi, dan Albertus Putra Merdeka yang telah mendukung, memberikan perhatian, semangat, dan doa terbaik. Terima kasih atas semua pengorbanan dan doa yang tidak pernah terhenti, semoga selalu diberikan kesehatan dan kelimpahan berkat oleh Tuhan.
2. Kepada dosen pembimbing akademik yaitu Bapak Deskoni, S.Pd., M.Pd serta Ibu Dewi Pratita, S.Pd., M.Pd dan Bapak Firmansyah S.Pd., M.Si selaku validator penelitian yang tidak lelah dalam membantu, membimbing, dan mengarahkan banyak ilmu yang bermanfaat.
3. Kepada Ibu Dr. Dwi Hasmidyani, S.Pd., M.Si selaku koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi serta seluruh dosen dan staff Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNSRI, terima kasih atas setiap bimbingan selama perkuliahan.
4. Untuk sahabatku terkasih, Masagus Ahmad Rafli Shafari, Resti Yunisetia, Rifdah Nur Azmi, Abmilian Tri Darma, Imam Tantowi, Lepi Setiawan, Tri Wulandari, Agnes Dahlia, Shakira Nasya Anindra, Monica Oktavia Wijaya, dan Angelia Ade Sutopo. Terima kasih atas setiap suka dan duka, penghiburan, dan pengorbanan selama kebersamaan perjalanan perkuliahan.
5. Kepada seluruh teman angkatan 2020, terima kasih telah berjuang bersama-sama selama 4 tahun terakhir, terutama kepada Rahma Sundari yang sabar membantu dan memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

-MOTTO-

“Tetaplah berdoa. Mengucap syukurlah dalam segala hal, sebab itulah yang dikehendaki Allah di dalam Kristus Yesus bagi kamu.” (Tesalonika 5:17-18)

PRAKATA

Skripsi dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram di Era *Society* 5.0 terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya” disusun untuk memenuhi dan menyelesaikan syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada Bapak Deskoni, S.Pd.,M.Pd selaku pembimbing skripsi. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya Bapak Dr. Hartono, M.A. Ketua Jurusan Pendidikan IPS Ibu Dr. Hudaidah, S.Pd., M.Pd. Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi Ibu Dr. Dwi Hasmiyani, M.Si. yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi selama penulisan skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dewi Pratita, S.Pd.,M.Pd dan Bapak Firmansyah, S.Pd.,M.Si yang telah memberikan arahan dan penilaian dalam proses validasi penelitian. Dan peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan staff Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menempuh pendidikan di Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya.

Selain itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 dan 2021 yang telah membantu dalam penelitian ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka meningkatkan intensi berwirausaha mahasiswa.

Palembang, 25 Maret 2024
Peneliti,

Agnes Vivian
NIM. 06031282025028

DAFTAR ISI

PRAKATA	vij
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Media Sosial	7
2.1.1 Pengertian Media Sosial	7
2.1.2 Fungsi Media Sosial.....	7
2.1.3 Dampak Positif dan Negatif Media Sosial.....	9
2.2 Instagram	12
2.2.1 Pengertian Instagram	12
2.2.2 Manfaat Instagram	12
2.2.3 Indikator Media Sosial Instagram.....	13
2.3 Era <i>Society</i> 5.0.....	14
2.3.1 Pengetian Era <i>Society</i> 5.0.....	14
2.3.2 Kelebihan dan Kekurangan Era <i>Society</i> 5.0.....	15
2.3.3 Kewirausahaan di Era <i>Society</i> 5.0.....	17
2.4 Intensi Berwirausaha	18
2.4.1 Pengertian Intensi	18
2.4.2 Pengertian Berwirausaha	19

2.4.3 Pengertian Intensi Berwirausaha	19
2.4.4 Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha.....	20
2.4.5 Indikator Intensi Berwirausaha.....	22
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Variabel Penelitian.....	31
3.3 Definisi Operasional Variabel	31
3.3.1 Media Sosial Instagram (X).....	31
3.3.2 Intensi Berwirausaha (Y).....	32
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
3.4.1 Populasi Penelitian	33
3.4.2 Sampel Penelitian	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5.1 Angket	34
3.5.2 Dokumentasi	36
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.6.1 Uji Validator Ahli	37
3.6.2 Uji Validitas Eksternal.....	38
3.6.3 Uji Reliabilitas Angket.....	41
3.7 Teknik Analisis Data	45
3.7.1 Analisis Data Angket.....	45
3.7.2 Uji Prasyarat Analisis Data.....	46
3.8 Uji Hipotesis.....	49
3.8.1 Analisis Regresi Sederhana	50
3.8.2 Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	54
4.1.2 Deskripsi Data Angket Media Sosial Instagram.....	55

4.1.3 Deskripsi Data Angket Intensi Berwirausaha.....	58
4.1.4 Deskripsi Data Dokumentasi.....	60
4.2 Analisis Data Penelitian.....	63
4.2.1 Uji Normalitas Data Angket Media Sosial Instagram.....	63
4.2.2 Uji Normalitas Data Angket Intensi Berwirausaha.....	71
4.2.3 Uji Liniertitas Data X-Y.....	81
4.3 Uji Hipotesis.....	89
4.3.1 Analisis Regresi Sederhana.....	89
4.3.2 Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	92
4.2 Pembahasan.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2 Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020.....	33
Tabel 3 Sampel Penelitian.....	34
Tabel 4 Daftar Kriteria Pernyataan dan Skor Angket Penelitian	35
Tabel 5 Kisi- Kisi Instrumen Angket Media Sosial Instagram (Sebelum)	35
Tabel 6 Kisi- Kisi Instrumen Angket Intensi Berwirausha (Sebelum)	36
Tabel 7 Interpretasi Bobot Penilaian Hasil Belajar.....	37
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Angket Media Sosial Instagram.....	39
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Angket Intensi Berwirausaha	40
Tabel 10 Kategori Reliabilitas Angket.....	41
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas Angket Media Sosial Instagram.....	42
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas Angket Intensi Berwirausaha	43
Tabel 13 Kisi- Kisi Instrumen Media Sosial Instagram (Setelah)	44
Tabel 14 Kisi- Kisi Instrumen Angket Intensi Berwirausaha (Setelah).....	45
Tabel 15 Kriteria Presentase Perindikator Angket Penelitian.....	46
Tabel 16 Interval Skor Angket Penelitian.....	46
Tabel 17 Interpretasi Koefisien Korelasi	52
Tabel 18 Dokumentasi DPNA Kewirausahaan.....	61
Tabel 19 Tabel Penolong Frekuensi Kumulatif (X).....	63
Tabel 20 Tabel Penolong Transformasi Data (X)	66
Tabel 21 Tabel Penolong Probabilitas Kumulatif Normal (X)	67
Tabel 22 Tabel Penolong Probabilitas Kumulatif Empiris (X).....	68
Tabel 23 Tabel Penolong Selisih Mutlak (X)	70
Tabel 24 Tabel Penolong Frekuensi Kumulatif (Y).....	72
Tabel 25 Tabel Penolong Transformasi Data (Y)	74
Tabel 26 Tabel Penolong Probabilitas Kumulatif Normal (Y)	76
Tabel 27 Tabel Penolong Probabilitas Kumulatif Empiris (Y).....	77
Tabel 28 Tabel Penolong Selisih Mutlak (Y)	79

Tabel 29 Tabel Penolong (Uji Linieritas Data).....	81
Tabel 30 Tabel Penolong Hitung Jumlah Kuadrat Galat (X-Y)	84
Tabel 31 Tabel Penolong Sumber Variansi (X-Y).....	87
Tabel 32 Tabel Penolong Fhitung dan Ftabel (X-Y)	88

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia	3
Diagram 2 Angket Pra Penelitian.....	5
Diagram 3 Hasil Pengkategorian Tingkat Angket Media Sosial Instagram	56
Diagram 4 Hasil Presentase Perindikator Angket Media Sosial Instagram.....	57
Diagram 5 Hasil Pengkategorian Tingkat Angket Intensi Berwirausaha	59
Diagram 6 Hasil Presentase Per Indikator Angket Intensi Berwirausaha.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Usulan Judul Skripsi	106
Lampiran 2 SK Pembimbing Skripsi	107
Lampiran 3 SK Pembimbing (Perpanjangan)	109
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi	111
Lampiran 5 Surat Pengantar Validator Ahli (X)	114
Lampiran 6 Surat Pengantar Validator Ahli (Y)	115
Lampiran 7 Surat Tugas Validator Ahli (X)	116
Lampiran 8 Surat Tugas Validator Ahli (Y)	117
Lampiran 9 Kartu Bimbingan Validasi (X)	118
Lampiran 10 Kartu Bimbingan Validasi (Y)	120
Lampiran 11 Lembar Kelayakan Validasi (X)	122
Lampiran 12 Lembar Kelayakan Validasi (Y)	125
Lampiran 13 Surat Keterangan Validasi Instrumen Penelitian (X)	128
Lampiran 14 Surat Keterangan Validasi Instrumen Penelitian (Y)	129
Lampiran 15 Surat Izin Penelitian.....	130
Lampiran 16 Surat Selesai Penelitian	131
Lampiran 17 Rekapitulasi Angket Pra Penelitian	132
Lampiran 18 Kisi- Kisi Instrumen Angket Penelitian.....	136
Lampiran 19 Angket Penelitian Media Sosial Instagram	137
Lampiran 20 Angket Penelitian Intensi Kewirausahaan	142
Lampiran 21 Dokumentasi Profil Pengguna Media Sosial Instagram	147
Lampiran 22 Dokumentasi DPNA Kewirausahaan	148
Lampiran 23 Uji Validasi Eksternal Angket Media Sosial Instagram	150
Lampiran 24 Uji Validasi Eksternal Angket Intensi Berwirausaha	154
Lampiran 25 Uji Reliabilitas Angket Media Sosial Instagram	158
Lampiran 26 Uji Reliabilitas Angket Intensi Berwirausaha	160
Lampiran 27 Presentase Per Indikator Angket Media Sosial Instagram.....	162
Lampiran 28 Presentase Per Indikator Angket Intensi Berwirausaha.....	163

Lampiran 29 Presentase Angket Media Sosial Instagram.....	164
Lampiran 30 Presentase Angket Intensi Berwirausaha.....	165
Lampiran 31 Uji Normalitas Data Angket Media Sosial Instagram	166
Lampiran 32 Uji Normalitas Data Angket Intensi Berwirausaha	168
Lampiran 33 Uji Linieritas Data	170
Lampiran 34 Uji Hipotesis	171
Lampiran 35 Dokumentasi Angket Penelitian	172
Lampiran 36 Dokumentasi Bimbingan Skripsi.....	173
Lampiran 37 Hasil Plagiasi	174
Lampiran 38 Lembar Perbaikan Skripsi	175

ABSTRAK

Lulusan perguruan tinggi akan dihadapkan dengan pilihan hidup yang salah satunya adalah berwirausaha. Adapun salah satu cara untuk memicu seseorang memiliki intensi dalam berwirausaha ialah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan internet seperti media sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial Instagram di era *society* 5.0 terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan dokumentasi. Sampel penelitian berjumlah 61 mahasiswa dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis data angket, uji prasyarat data, dan uji hipotesis. Hasil penelitian diperoleh bahwa data angket media sosial Instagram terkategori sedang dengan presentase 56% dan data angket intensi berwirausaha terkategori sedang dengan presentase 57%. Uji normalitas data pada angket media sosial Instagram diperoleh $L_{hitung} 0,085 \leq L_{tabel} 0,113$ berarti data berdistribusi normal, dan uji normalitas data pada angket intensi berwirausaha diperoleh $L_{hitung} 0,079 \leq L_{tabel} 0,113$ berarti data berdistribusi normal. Uji Linieritas data X-Y diperoleh $F_{hitung} 0,271 < F_{tabel} 1,949$ berarti data berpola linier. Uji hipotesis dengan analisis regresi sederhana diperoleh $t_{hitung} 6,697 > t_{tabel} 1,671$ yang membuktikan bahwa H_a diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh media sosial Instagram di era *society* 5.0 terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya. Uji hipotesis dengan analisis korelasi *product moment* diperoleh $r_{hitung} 0,657 > r_{tabel} 0,212$ yang berarti terdapat pengaruh yang positif dengan interpretasi kuat yaitu $r_{hitung} 0,657$ dan koefisien determinasi diperoleh 0,43 atau 43% pengaruh signifikan oleh media sosial Instagram dan 57% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci : Media Sosial Instagram, Intensi Berwirausaha.

ABSTRACT

College graduates will be faced with life choices, one of which is entrepreneurship. One way to trigger someone to have the intention to become an entrepreneur is to take advantage of technological and internet developments such as social media Instagram. This research aims to find out whether there is an influence of Instagram social media in the era of society 5.0 on the entrepreneurial intentions of Economic Education students class of 2020 at Sriwijaya University. The research method used is quantitative with a causal associative approach. The data collection techniques used are questionnaires and documentation. The research sample amounted to 61 students with purposive sampling technique. The data analysis technique used is questionnaire data analysis, data prerequisite test, and hypothesis testing. The results showed that Instagram social media questionnaire data categorized as moderate with a percentage of 56% and entrepreneurial intention questionnaire data categorized as moderate with a percentage of 57%. Normality test data on social media questionnaire Instagram obtained $L_{hitung} 0.085 \leq L_{table} 0.113$ means the data is normally distributed, and normality test data on entrepreneurial intention questionnaire obtained $L_{hitung} 0.079 \leq L_{table} 0.113$ means the data is normally distributed. Linearity test X-Y data obtained $F_{hitung} 0.271 < F_{table} 1.949$ means the data is linearly patterned. Hypothesis testing with simple regression analysis obtained $t_{hitung} 6,697 > t_{tabel} 1,671$ which proves that H_a is accepted, which means that there is an influence of Instagram social media in the era of society 5.0 on the entrepreneurial intention of Economic Education students class of 2020 at Sriwijaya University. Hypothesis testing with product moment correlation analysis obtained $r_{hitung} 0.657 > r_{table} 0.212$ which means that there is a positive influence with a strong interpretation, namely $r_{hitung} 0.657$ and the coefficient of determination obtained 0.43 or 43% significant influence by Instagram social media and 57% influenced by other factors.

Keywords: *Instagram Social Media, Entrepreneurial Intention.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki tahapan persiapan di era *society 5.0*, menjadikan teknologi dan internet memiliki peranan yang penting dalam kehidupan sehari-hari. (Radiansyah, dkk., 2023:1). Intan, dkk., (2021:11) Konsep revolusi industri 4.0 hampir sama dengan konsep *society 5.0* yang sama-sama menitikberatkan pada teknologi, namun pada era *society 5.0* lebih mengutamakan manusia sebagai peran utama. “Era *society 5.0* adalah suatu konsep masyarakat yang berpusat pada manusia (*human centered*) yang kepada penggunaan teknologi (*technology based*) yang pertama kali dikembangkan oleh Jepang” (Ruskandi, dkk., 2021:1).

Adapun perubahan pola kehidupan ditandai dengan mengharuskan teknologi dan internet berperan sebagai alat komunikasi, pertukaran data, alat pembayaran, pencarian informasi, layanan bisnis, media pendidikan dan lainnya yang tidak terbatas antar ruang dan waktu. Sehingga, teknologi dan internet sudah menjadi kebutuhan sehari-hari yang membantu kegiatan manusia (Wakil, dkk., 2022:23).

Melalui teknologi dan internet yang terus mengalami perkembangan memunculkan adanya berbagai jenis aplikasi media sosial yang tak kalah penting dalam pola kehidupan sehari-hari (Rizkia, dkk., 2022:49). Media sosial merupakan sebuah sarana yang digunakan untuk melakukan interaksi antara sesama pengguna sehingga memunculkan komunikasi dua arah, selain itu dapat digunakan juga untuk membangun citra profil pengguna, serta dimanfaatkan juga oleh perusahaan sebagai media pemasaran termasuk jangkauan yang sangat luas (Ardiansah & Maharani, 2020:29). Pura, (2023:7) Munculnya media sosial membuat pergeseran pada pola perilaku, budaya, dan norma. Semua kalangan dengan berbagai macam usia pastinya telah memiliki dan mampu menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memberikan dan menerima informasi. Media sosial menjadikan aktivitas

yang dilakukan secara online sehingga membuat penggunanya dapat berkumpul dan berinteraksi dalam dunia maya (Estiana, dkk., 2022:18).

Hal ini sangat berpengaruh dalam berbagai bidang terutama dalam bidang kewirausahaan. Dalam terus berkembangnya teknologi dan internet secara pesat dapat memperluas jaringan usaha sehingga semakin bertambah jaringan maka pelanggan pun akan bertambah (Zebua, dkk., 2023:70). Sebagai manusia yang peka akan perkembangan teknologi dan internet artinya menjadi pengguna yang cerdas yang mampu menjadikan perkembangan tersebut sebagai peluang dalam membuka, menjalankan, dan mengembangkan sebuah usaha. Selain itu, melalui kemajuan teknologi dan internet dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong seseorang memiliki intensi (niat) untuk berwirausaha (Wigunadika, 2021:39). Memanfaatkan perkembangan teknologi dan internet dalam bidang kewirausahaan dapat dengan menggunakan media sosial yang memiliki potensi besar bagi calon wirausaha dan para wirausaha yang telah menjalankan usahanya sehingga dapat mampu memperluas jaringan usaha dan meningkatkan potensi serta kinerja usahanya (Zebua, dkk., 2023:2). Melalui pemanfaatan media sosial juga dapat membeikan kemudahan dalam mempromosikan sebuah usaha dan memberikan daya tarik tersendiri bagi kelancaran usaha. Sehingga, berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial sejalan dengan perkembangan teknologi dan internet yang terus mengalami perkembangan (Hermayanto, 2023:137).

Berdasarkan Kemp (2023), laporan digital 2023 Indonesia menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan secara signifikan yaitu mencapai 212,9 juta atau 77%. Pada tahun 2023 di Indonesia, pengguna media sosial aktif sebanyak 167 juta atau 60,4% dari total populasi. Adapun beberapa media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu Facebook (FB), YouTube (YT), Instagram (IG), TikTok (TT), Facebook *Messenger* (FM), *LinkedIn* (LI), *Snapchat* (SC), dan Twitter (TW).

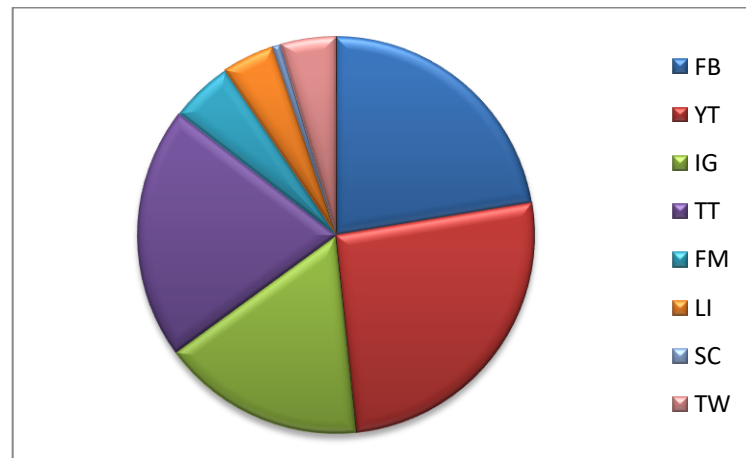


Diagram 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia

Berdasarkan data tersebut, sebanyak 50,4% digunakan untuk mencari inspirasi tentang apa yang dilakukan atau mencari informasi sebuah produk. Peneliti memfokuskan pada media sosial Instagram dikarenakan Instagram menjadi salah media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu sekitar 89,15 juta pengguna berdasarkan datareportal.com (Kemp, 2023). Bahkan, dikalangan wirausahawan yang memanfaatkan teknologi, Instagram menjadi salah satu alat pemasaran usaha. Hal ini berkaitan langsung dengan maraknya pengguna Instagram yang semakin hari semakin bertambah (Permadi, dkk., 2020:15).

Perguruan tinggi merupakan jenjang tingkatan penting dalam kehidupan masyarakat. Melalui perguruan tinggi diharapkan mahasiswa dapat menggali potensi dan keterampilan yang dimiliki untuk meraih masa depan dan siap terlibat dalam kehidupan masyarakat (Almubaroq, 2022:114). Dalam kehidupan, lulusan perguruan tinggi memiliki empat pilihan masa depan yaitu (1) melanjutkan jenjang pendidikan, (2) pegawai diperusahaan swasta atau negeri, (3) tidak bekerja, (4) wirausahawan (Yosada, dkk., 2015). Melalui jenjang perguruan tinggi, sudah dibekali kepada mahasiswa terkait teori dan praktik mengenai pendidikan berwirausaha sehingga dapat menjadi salah satu faktor yang membentuk seseorang menjadi wirausahawan yang terdidik (Prianto & Firman, 2023). Berdasarkan hasil angket pra penelitian yang dilakukan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi

FKIP angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya memberikan kesimpulan bahwa sebanyak 72 mahasiswa telah mengikuti pendidikan kewirausahaan melalui mata kuliah kewirausahaan yang ada di lingkungan kampus. Ekawarna (2023:32) Seseorang yang mengikuti pendidikan yang berkaitan dengan kewirausahaan dapat memiliki intensi yang lebih tinggi untuk berwirausaha.

Mahasiswa merupakan masa dewasa dengan usia sekitar 18 hingga 25 tahun yang memiliki pilihan untuk bertanggung jawab terhadap masa depan. Adapun berdasarkan datareportal.com oleh Kemp (2023) bahwa sebanyak 153,7 juta pengguna media sosial berusia 18 tahun keatas setara dengan 79,5% dari total populasi. Adapun berdasarkan hasil angket pra penelitian yang dilakukan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya memberikan kesimpulan bahwa sebanyak 72 mahasiswa memiliki dan menggunakan media sosial Instagram.

Hal ini sejalan pula dengan pendapat Widodo, dkk (2018), bahwa mahasiswa merupakan *agent of change* yang mengartikan bahwa mahasiswa merupakan kelompok yang paling rentang ketergantungan terhadap internet dibandingkan kelompok masyarakat lain. Adapun salah satu dampak positif dengan adanya media sosial adalah mengembangkan dan menumbuhkan kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha dikalangan mahasiswa (Ruliyana, dkk., 2022:55). Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat melihat peluang melalui media sosial Instagram yang digunakan sehingga memiliki intensi (niat) dalam berwirausaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahmud & Sa'adah (2019), yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Instagram dan Efikasi Diri melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha" memberikan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa melalui efikasi diri, penggunaan Instagram, dan motivasi berwirausaha memunculkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini, memberikan kesimpulan yaitu apabila penggunaan Instagram tinggi maka minat berwirausaha mahasiswa juga akan tinggi dan sebaliknya.

Adapun persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut yaitu mengukur pengaruh Instagram dan persamaan pada teori yang

digunakan yaitu teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*). Tetapi memiliki perbedaan yaitu pada variabel penelitian, indikator variabel penelitian, sampel penelitian dan analisis statistik yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, peneliti memfokuskan pada kalangan mahasiswa dikarenakan kecakapan dalam menggunakan teknologi dan internet seperti media sosial dan telah memiliki pengetahuan berkaitan dengan kewirausahaan. Sehingga diharapkan dalam penelitian ini dapat mengukur pengaruh media sosial terkhususnya media sosial Instagram terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya. Berdasarkan uraian diatas, peneliti memperkuat data penelitian dengan menyimpulkan hasil angket pra penelitian yang dilakukan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya sebagai berikut:



Diagram 2 Angket Pra Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram di Era *Society 5.0* terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Apakah ada pengaruh media sosial Instagram di era *society* 5.0 terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial Instagram di era *society* 5.0 terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 di Universitas Sriwijaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh media sosial Instagram serta dan intensi berwirausaha.

2. Manfaat secara Praktis

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, tambahan pengetahuan, dan dorongan motivasi kepada mahasiswa berkaitan dengan kewirausahaan sehingga diharapkan dapat mampu melihat peluang dari penggunaan media sosial Instagram.
- b. Bagi program studi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan terkait intensi berwirausaha kepada mahasiswa yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan internet seperti media social instagram untuk berperan menumbuhkan intensi dalam berwirausaha.
- c. Peneliti Lainnya, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dan pengembangan ilmu yang membantu peneliti lainnya yang ingin melakukan penelitian dalam konteks penelitian yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. (2019). *Fenomena medsos (Studi fenomena dampak negatif media sosial terhadap keharmonisan rumah tangga)* (Guepedia (ed.)). Guepedia.
- Alimbudiono, R. S. (2020). *Konsep pengetahuan akuntansi manajemen lingkungan* (T. Lestari (ed.)). CV. Jakad Media Publishing.
- Almubaroq, H. Z. (2022). *Reformasi pendidikan di perguruan tinggi menyongsong Indonesia emas 2045* (S. Nurlatifah (ed.)). Penerbit Indonesia Emas Group.
- Amran, E. (2022). *Proses membentuk jiwa wirausaha muda* (N. Wahid (ed.)). Wawasan Ilmu.
- Ananda, R., & Fadhil, M. (2018). *Statistik pendidikan : Teori dan praktik dalam pendidikan*. CV. Widya Puspita.
- Anghieni, P., Salsabila, N., Wibowo, A., & Rachmadania, F. (2023). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta*. 2(4), 67–89.
- Anggela, F., Persi, & Amin, T. M. (2023). *Bunga rampai urgensi komunikasi dalam ilmu sosial* (A. D. Tubba (ed.)). CV. Sinar Jaya BERseri.
- Anwar, H. (2023). *Entrepreneurship: Konsep, riset empiris, dan pengukuran*. CV. Bintang Semesta Media.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2020). *Optimalisasi Instagram sebagai media marketing* (A. Kamsyach (ed.)). CV Cendekia Press.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Atkinson, M. (2016). *Dinamika batin dalam coaching*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan skala psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Chatra, A., Setiawan, Z., & Aulia, M. R. (2023). *Kewirausahaan 5.0 (Membangun keberhasilan wirausaha pada era society 5.0)* (Efitra). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Darmawan, D., Febrianty, & Utama, A. A. G. S. (2020). *Psychological perspective in society 5.0* (D. U. Sutiksno, Ratnadewi, & I. Aziz (eds.)). Zahir Publishing.
- Ekawarna. (2023). *Monograf intensi (niat) berwirausaha mahasiswa dan variabel yang mempengaruhinya*. Penerbit Deepublish Digital.
- Emeilia, R. I., & Muntazah, A. (2023). *Jurnal-Hambatan-Komunikasi_RNE fix point 1. Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(2), 155–166.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas media sosial sebagai media promosi pada UMKM*. Penerbit Deepublish.
- Ferriawati, P., & Kusuma, A. P. (2020). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk. Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering*, 15(1), 274–282.
- Ferlitasari, R., Suhandi, & Rosana, E. (2020). *Pengaruh media sosial istagram terhadap perilaku keagamaan remaja*. *Sosio Religia: Jurnal Sosiologi Islam*, 01(02), 2–3.
- Fishbein, M., & I.Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An*

- introduction to theory and research*. Ma: Addison- Wesley.
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh literasi digital, efikasi diri, lingkungan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa dalam e-business. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051>
- Hermayanto, R. (2023). *Strategi pemasaran UMKM* (Nurjaya (ed.)). Cipta Media Nusantara (CMN).
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi penelitian*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Intan, Y. S., Putri, S. M. S. S., Siswahyudianto, Hartanto, C. F. B., & Marginingsih, R. (2021). *Human resource management (HRM) in industry 5.0* (D. U. Sutiksno, Ratnadewi, & I. Aziz (eds.)). Zahir Publishing.
- Islami, N. N. (2017). Pengaruh sikap kewirausahaan, norma subyektif, dan efikasi diri terhadap perilaku berwirausaha melalui intensi berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1), 5. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n1.p5-20>
- Jayadi, P. (2018). *Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang*. <https://repository.stkipjb.ac.id/index.php/student/article/viewFile/1070/913>
- Jumadi, R., & Mustofa, N. H. (2022). Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 115. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5270>
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Khiatuddin, M., & Muhammad. (2021). *Pemikiran rancangan dan kanvas model usaha untuk sukses berwirausaha*. UPPM Universitas Malahayati.
- 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. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p181-193>
- Khotimah, N. K. (2021). *Pemanfaatan media sosial oleh praktisi humas pemerintah di Indonesia* (Nugroho, A). Jejak Pustaka.
- Krisnandy, E. N. dan H. (2018). Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia. *LIlmu Manajemen*, 14(1), 15–30.
- Kusmintarti, A., Riwijanti, N. I., & Asdani, A. (2017). Pendidikan kewirausahaan dan intensi kewirausahaan dengan sikap kewirausahaan sebagai mediasi. *Journal of Research and Applications: Accounting and Management*, 2(2), 119. <https://doi.org/10.18382/jraam.v2i2.160>
- Kusumadewi, V. (2020). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan perkembangan media sosial terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi, Volume 9*, 105–112.
- Machmud, A., Nurhayati, D., Aprilianti, I., & Fathonah, W. N. (2020). Effect of self efficacy ICT on technopreneurship intention of technopreneurial learning mediation: The case young generation in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(1), 1.

- Maharani, V. E., Djuwita, D. A., & M, Dra., M. (2020). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi pemerintah kota Semarang. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 4566–4574.
- Mahmud, A., & Sa'adah, L. (2019). Pengaruh penggunaan Instagram dan efikasi diri melalui motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 18–32.
- Malik, A. (2018). *Pengantar statistika pendidikan*. Penerbit Deepublish.
- Malik, A., Aini, N., & Parinduri, A. (2022). Hubungan Religiusitas dan Interaksi Orangtua dengan Perkembangan Moral Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 20 Medan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(4), 2254–2259. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i4.1059>
- Muflih, A. aflahal, Ghazali, H. Al, Sari, M. T., & Humaeroh, P. N. (2021). *Bisnis ala mahasiswa*. Zahira Media Publisher.
- Muhtar, S. (2018). *Dimulai dari nol pengembangan diri & karier*. Guepedia.
- Muqsith, M. A. (2022). *Pesan politik di media sosial twitter* (K. Ummatin (ed.)). CV. Jakad Media Publishing.
- Murniati, T. (2023). *Pengembangan life skill bagi siswa* (S. Muhlis (ed.)). CV. Adanun Abimata.
- Nim'ah, S., Azis, M. A., & Halimah, S. (2022). *MPOT implementasi manajemen pendidikan, pemasaran, dan keuangan* (Zaharuddin, Supriyadi, & S. Wahyuningsih (eds.)). PT. Nasya Expanding Management.
- Pahlevi, N. A. (2021). *Pengaruh media sosial dan gerakan massa terhadap hakim*. Cipta Media Nusantara (CMN).
- Permadi, A. H., Rifisani, A., & Langit, A. J. (2020). *Bisnis UMKM ditengah pandemi: Kajian komunikasi pemasaran* (Zulaikha (ed.)). Unitomo Press.
- Prianto, A., & Firman. (2023). *Keterlibatan mahasiswa dalam pembelajaran berbasis MBKM dalam memperkuat kecakapan kerja utama*. 1–18.
- Pura, J. D. L. (2023). *Dampak medsos bagi iman siswa* (F. Cahya (ed.)). CV Anagraf Indonesia.
- Purbasari, V. A., Samidi, & Sari, E. N. (Eds.). (2019). *Framework pembelajaran pendidikan kewarganegaraan Abad 21*. UNY Press.
- Purwanto. (2011). *Evaluasi hasil belajar*. Pustaka Pelajar.
- Radiansyah, A., Kadini, N. L., Rachmawati, A. W., Nandini, W., & Endrasprihatin, R. (2023). *MSDM perusahaan pada era revolusi industri 4.0 menuju era society 5.0* (Efitra & J. Andra (Eds.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahmawati, A., Yohana, C., & Pratama, A. (2022). Pengaruh sosial media dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 594–604. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0302.19>
- Ratnasari, I., Arnun, A. P., & Hannie. (2021). *Digital marketing pada start up dan UMKM prakrik melakukan pemasaran berbasis digital menuju UMKM tangguh, kompetitif dan unggul di era revolusi industri 4.0*. Absolute Media.
- Rini, D. (2018). Diksi dan gaya bahasa dalam media sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma*, 5(3), 261–278.
- Rizkia, N. D., Basri, H., Dewi, N. P. S., Falumi, & Asmaret, D. (2022). *Marketing politik* (N. S. Wahyuni (Ed.)). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rodin, R. (2020). *Informasi dalam konteks sosial budaya* (S. Nurachman (Ed.)).

- Rajawali Printing.
- Ruliyana, E., Alvira, D., Megasari, & Irviani, R. (2022). *Konsep, teori, dan implementasi technopreneurship* (M. Muslihudin & N. K. Vedy (Eds.)). CV. Adanun Abimata.
- Ruskandi, K., Pratama, E. Y., & Nurmalia, D. J. (2021). *Transformasi arah tujuan pendidikan di era society 5.0*. CV. Caraka Khatulistiwa.
- Sidiq, R. (n.d.). *Teknik berjualan dengan digital marketing*. Udacoding.
- Simatupang, T. S. (2020). *Intensi berwirausaha: sebuah konsep dan studi kasus di era revolusi industri 4.0* (Kodri (Ed.)). Penerbit Adab.
- Sugiyono. (2015). *Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhardi, Afrizal, & Fauzi, A. A. (2023). *Kewirausahaan di era society 5.0*. Publica Indonesia Utama.
- Sumarsono, T. G. (2020). *Intensi kewirausahaan dan keberhasilan usaha*. Media Nusa Creative.
- Supriyati, Radiansyah, A., & Ahmad, M. (2023). *Kewirausahaan era society 5.0* (M. R. Kurnia (Ed.)). Penerbit PT Sada Kurnia Pustaka.
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.31963/jba.v2i1.3432>
- Tiastuti, I., Wijaya, A., & Arfianty. (2023). *Intensi berwirausaha pengusaha ayam broiler*. Penerbit NEM.
- Tosepu, Y. A. (2018). *Media baru dalam komunikasi politik (Komunikasi politik I dunia virtual)*. CV. Jakad Publishing Surabaya.
- UII, H. M. K. (2022). *HMI 5.0 smart activism dan smart organization* (S. G. Pratomo (Ed.)). Segap Pustaka.
- Wahida, A., & Madrianah. (2023). Pengaruh literasi ekonomi dan penggunaan media sosial Instagram terhadap minat mahasiswa berwirausaha. *Jurnal Ilmiah*, 20, 20-(1).
- Wakil, A., Cahyani, S. R., Harto, B., Latif, A. S., & Hidayatullah, D. (2022). *Transformasi digital dalam dunia bisnis* (M. Sari & R. M. Sahara (Eds.)). Global Eksekutif Teknologi.
- Widodo, A., Husniati, Indrasati, D., Rahmatih, A. N., & Novitasari, S. (2018). Prestasi belajar mahasiswa PGSD pada mata kuliah pengantar pendidikan ditinjau dari segi minat baca. *Jurnal Bidang Pendidikan Dasar (JBPD)*, 4(1), 38–46.
- Wigunadika, I. W. S. (2021). *Menumbuhkan minat generasi muda menjadi wirausaha*. Nilacakra.
- Yasa, N. N. K., Adnyani, I. G. A. D., & Rahmayanti, P. L. D. (2023). *Peran adopsi media sosial untuk meningkatkan kinerja bisnis: Konsep dan studi kasus*. Media Pustaka Indo.
- Yosada, K. R., Dinata, P., & Kapuas, U. (2015). *Analisis minat entrepreneurship mahasiswa pendidikan biologi melalui matakuliah kewirausahaan*. 5703.
- Zebua, R. S. Y., Hendriyani, C., Sukmadewi, R., Thaha, A. R., & Tahir, R. (2023). *Bisnis digital (Strategi administrasi bisnis digital)* (Efitra & Sepriano (Eds.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.