



Article history:

Submitted: 06-12-2024

Received: 20-02-2026

Revised: 11-03-2026

Accepted: 11-03-2026

Analisis Pengaruh *Social Media* dan Panutan terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa di Sukabumi

Resti Aprilianti Kartini, R. Deni Muhammad Danial, Faizal Mulia

Universitas Muhammadiyah Sukabumi

Correspondence: restiaprilyanti10@ummi.ac.id, rdmdanial043@ummi.ac.id, faizal_88@ummi.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sosial mesai dan panutan terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa di Sukabumi. Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif digunakan dalam penelitian ini. *Purposive sampling* digunakan dalam penentuan sampel. 391 sampel responden didapatkan dari total 17.144 mahasiswa aktif yang berkuliah di Perguruan Tinggi berjenis universitas di wilayah Sukabumi. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa sosial media dan panutan dapat mempengaruhi intensi berwirausaha pada mahasiswa di Sukabumi secara positif dan signifikan.

Kata kunci : Media Sosial, Intensi Berwirausaha, Panutan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of social media and role models on entrepreneurial intentions among students in Sukabumi. A quantitative research method with a descriptive and associative approach was used in this study. Purposive sampling was used in sample determination. 391 respondents were obtained from a total of 17,144 active students studying at universities in the Sukabumi area. This study used multiple regression analysis. The results found that social media and role models can positively and significantly influence entrepreneurial intentions among students in Sukabumi.

Keywords : *Entrepreneurial Interest, Role Model, Social Media*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di era globalisasi mengharuskan manusia untuk mampu bersaing dalam *sains* dan teknologi ditambah tidak mudahnya untuk mencari lapangan pekerjaan pada era digital sekarang ini. Berbanding terbalik dengan negara-negara APAC, Indonesia masih tergolong rendah dalam berkemampuan berwirausaha (Rapii, 2019). Kurangnya semangat, minat dan pendidikan kewirausahaan pada anak muda menjadi penyebab hal itu terjadi. Oleh karena itu, diperlukannya upaya pengembangan minat berwirausaha sebagai bentuk mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Masalah ketenagakerjaan menjadi salah satu masalah yang sedang dihadapi oleh negara berkembang seperti Indonesia. Meluasnya pengangguran disebabkan karena terus bertambahnya populasi setiap tahunnya tetapi tidak dengan lapangan pekerjaan yang ada.

Menurut data infografis Badan Pusat Statistik angka pengangguran pada Agustus 2022 sebanyak 143,72 juta orang, naik 3,57 juta orang dibandingkan dengan Agustus 2021. Selain itu, faktanya di lapangan memperlihatkan bahwa minat berwirausaha terutama pengusaha kecil dan menengah diwarisi dari leluhur secara turun menurun bukan melalui pendidikan formal. Berdasarkan jenjang pendidikan pada tahun 2021-2022 (Badan Pusat Statistik, 2023) persentase TPT pada jenjang pendidikan perguruan tinggi mencapai 11.85% dibandingkan jenjang pendidikan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya pendidikan tidak menjamin mendapatkan pekerjaan. Hal serupa juga dikemukakan oleh (Prasetio, 2020) banyaknya probabilitas kesempatan bekerja tidak selaras dengan banyaknya lulusan perguruan tinggi ini menyatakan bahwa tantangan dalam mencari pekerjaan di kalangan lulusan perguruan tinggi semakin ketat. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa semakin

besar minatnya untuk mendapatkan pekerjaan yang aman semakin tinggi tingkat pendidikannya. Alma dalam (Rapii, 2019) menyatakan menurut beberapa analisis, rendahnya mentalitas kewirausahaan lulusan merupakan penyebab dari kondisi tersebut terjadi.

Berdasarkan hasil pra penelitian yang peneliti lakukan kepada 80 responden mahasiswa di Sukabumi, diperoleh bahwa 52% mahasiswa tidak memiliki respon kognisi terhadap minat berwirausaha dan 53% mahasiswa tidak memiliki respon konasi (kehendak) dan emosi terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa hanya sebagian mahasiswa di Sukabumi yang memiliki minat kewirausahaan.

Perkembangan terkini dalam kewirausahaan yang didorong oleh perkembangan teknologi dan kombinasi TIK sebagai kekuatan pendorongnya telah menciptakan karakteristik dan dampak khusus pada kewirausahaan digital (Fauzi et al., 2020). Setiap tahunnya di Indonesia *user* internet semakin melonjak sehingga semakin banyak pula yang menggunakan media sosial (Haryanto et al., 2021). Mudahnya dalam mengakses media sosial dapat menumbuhkan minat berwirausaha pada kelompok anak muda. Selain itu, berkembangnya TIK menghadirkan peluang bagi seseorang untuk mengoperasikan *social media* dalam mengembangkan bisnisnya secara online (Alamsyah et al., 2022). Dengan memanfaatkan media sosial, seseorang bisa menemukan beragam data mengenai probabilitas bisnis dan beragam inspirasi dalam berwirausaha. Peran dari media sosial yang dapat membantu untuk meningkatkan usaha dengan memasarkan suatu usaha di media sosial. Media sosial memiliki platform yang bisa memberikan peluang bisnis yang luar biasa dan *out of the box* (Hardiansyah et al., 2023). Instagram, FaceBook, Twitter, dan Tiktok merupakan salah satu sarana yang bisa membantu dalam memasarkan produk (Haryanto et al., 2021). Media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa, dijadikan tujuan pasar untuk memasarkan kepada rekan rekannya, hal tersebut menghadirkan minat dan inspirasi untuk memperoleh laba berbisnis dengan menggunakan media sosial tidak hanya menjadi pelanggan semata (Indraswati et al., 2021).

Role model dalam berwirausaha merupakan salah satu rancangan penelitian untuk meningkatkan minat berwirausaha (Martins & Perez, 2020). Dalam menumbuhkan dan mendorong kemampuan berwirausaha seseorang dapat diperoleh dengan dukungan dari seorang *role model*. Menurut Yang dalam (Amir et al., 2022) dengan adanya anggapan ketika seseorang memilih mengikuti perilaku dari seorang *role model* maka akan berpengaruh terhadap pengembangan karir seseorang. Namun, *role model* bisa saja memberikan pengaruh yang buruk jika *role model* yang seseorang ikuti memiliki kepribadian yang tidak baik. Menurut teori pembelajaran sosial, *role model* yang buruk akan mengurangi keinginan seseorang untuk mengejar karir dalam berwirausaha. Pilihan seseorang untuk berkarir di bidang kewirausahaan akan melonjak tinggi apabila tingkat kepercayaan diri juga tinggi, begitupun sebaliknya jika tingkat kepercayaan diri rendah dapat menyurutkan minat berwirausaha seseorang (Chen et al., 2016). Minat berwirausaha juga menjelaskan bagaimana perilaku seseorang sehingga seseorang melakukan tindakan tertentu. Penggunaan media sosial dan kehadiran *role model* akan meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa dan memberikan mereka pengalaman untuk memecahkan masalah juga berani mengambil risiko.

Penelitian terdahulu telah mengungkapkan pengaruh *social media* dan *role model* terhadap intensi berwirausaha. Penelitian Mahmud & Sa'adah (2019) menemukan bahwa penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha dapat memengaruhi secara langsung maupun secara tidak langsung. Di sisi lain, penelitian lain (Susilawaty, 2022) menemukan bahwa penggunaan media sosial tidak memengaruhi keinginan mahasiswa untuk berwirausaha. Selanjutnya, penelitian (Nowiński et al., 2019) menemukan bahwa *role model* dapat mempengaruhi intensi berwirausaha. Namun, penelitian lain (Efrata et al., 2021) menemukan bahwa variabel *role model* tidak memengaruhi minat berwirausaha secara langsung. Tujuan dari penelitian ialah untuk melihat seberapa terpengaruhnya intensi berwirausaha pada mahasiswa di Sukabumi oleh *social media* dan panutan.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh penggunaan media sosial dan keberadaan *role model* terhadap minat berwirausaha, hasil penelitian yang ada masih menunjukkan inkonsistensi. Beberapa penelitian menemukan bahwa media sosial mampu meningkatkan minat berwirausaha secara signifikan, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Demikian pula dengan variabel *role model*, dimana sebagian penelitian menemukan adanya pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha, sedangkan penelitian lain tidak menemukan hubungan yang berarti antara *role model* dan minat berwirausaha mahasiswa. Perbedaan hasil penelitian tersebut

menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada konteks mahasiswa di daerah yang sedang berkembang secara ekonomi.

Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada pengintegrasian dua faktor penting dalam ekosistem kewirausahaan digital, yaitu penggunaan media sosial dan peran role model, dalam menjelaskan intensi berwirausaha mahasiswa pada konteks lokal Sukabumi. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi empiris dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis analisis statistik terhadap mahasiswa sebagai generasi digital native yang sangat akrab dengan teknologi informasi dan media sosial. Penelitian ini tidak hanya melihat pengaruh masing-masing variabel secara terpisah, tetapi juga menganalisis bagaimana kedua faktor tersebut secara simultan dapat membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru mengenai faktor-faktor yang mendorong terbentuknya intensi berwirausaha pada generasi muda di era ekonomi digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial dan role model terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa di Sukabumi.

METODE

Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif digunakan dalam penelitian ini. Mahasiswa aktif yang berkuliah di perguruan tinggi di wilayah Sukabumi menjadi populasi yang akan diteliti. *Purposive sampling* atau teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini. Karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, Mahasiswa yang berkuliah di perguruan tinggi yang ada di wilayah Sukabumi, berkuliah di perguruan tinggi yang berjenis Universitas, mahasiswa aktif semester 3 ke-atas. 391 sampel responden didapatkan dari total 17.144 mahasiswa, dengan besaran sampel pada tiap-tiap univertitas digunakan rumus *propotional stratified random sampling* yaitu, 123 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sukabumi, 191 mahasiswa Universitas Nusa Putra, 68 mahasiswa Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi, dan 9 mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Sukabumi. Peneliti menggunakan kuesioner skala likert dalam penelitian ini. Kuisisioner diberikan kepada Mahasiswa aktif perguruan tinggi berjenis universitas di wilayah sukabumi. Tujuan dari pelaksanaan kuesioner ini untuk mengetahui seberapa dipengaruhinya intensi berwirausaha oleh *social media* dan *role model*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan metode statistic dan menggunakan software SPSS versi 26 digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini. Analisis Korelasi Ganda, Analisis Koefisien Determinasi, Analisis Linier Berganda, Uji Simultan (Uji-F) dan Uji Parsial (Uji-T) yang digunakan pada teknik analisis pada penelitian ini.

HASIL

Hasil dari pengujian Analisis Data yang diantaranya meliputi Analisis Korelasi Ganda, Analisis Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Simultan (Uji-F) dan Uji Parsial (Uji-T) dengan menggunakan software SPSS 26 yang menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Analisis Data

No.	Pengujian	Hasil	Kriteria	Keterangan
1.	Korelasi Ganda	0,784	0,61 - 0,80	Korelasi Kuat
2.	Koefisien Determinasi	0,612	-	100% - 38,8% = 61,2%
3.	Regresi Linier Berganda	Y = 7.635 + 0.189 Media Sosial + 0.582 Role Model		
4.	Uji Simultan (Uji-F)	F _{hitung} = 308,531 F _{tabel} = 3,87	F _{hitung} ≥ F _{tabel}	Signifikan secara simultan
5.	Uji Pasrial (Uji-T)	X1 T _{hitung} = 4,219 T _{tabel} = 1,649 X2 T _{hitung} = 11,719 T _{tabel} = 1,649	T _{hitung} ≥ T _{tabel}	Signifikan H1 diterima dan H0 ditolak Signifikan H2 diterima dan H0 ditolak

Sumber : data olahan

Penjelaskan Tabel 1, diantaranya:

1. Korelasi Ganda. Berdasarkan Tabel 1, hasil pada korelasi ganda menunjukkan bahwa adanya model korelasi yang dikembangkan oleh peneliti layak dan adanya hubungan yang kuat antara *social media* dan *role model* terhadap intensi berwirausaha.
2. Koefisien Determinasi. Berdasarkan Tabel 1, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa memiliki kontribusi dalam mengukur pengaruh. Dan bisa disimpulkan pengaruh antara variabel yang terlibat dalam penelitian ini adalah kuat
3. Regresi Linier Berganda. Tabel 1 menunjukkan hasil dari regresi linier berganda yang memperlihatkan adanya hubungan searah antara variabel independen dan variabel dependen, bahwa setiap peningkatan media sosial dan role model juga akan mempengaruhi peningkatan minat berwirausaha.
4. Uji Simultan (Uji-F). Tabel 1 menunjukkan hasil Uji Simultan (F) yang memperlihatkan kedua variabel telah diuji secara bersamaan layak untuk menjelaskan variabel dependen. Maka *social media* dan *role model* berkontribusi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha.
5. Uji Parsial (Uji-t). Berdasarkan Tabel 1 hasil Uji-t menunjukkan bahwa media sosial dan role model memiliki dampak yang positif dan juga signifikan secara parsial terhadap intensi berwirausaha.

Pengaruh Social Media terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa di Sukabumi

Hasil penelitian menunjukkan intensi berwirausaha pada mahasiswa di Sukabumi dapat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *social media*. Ini berarti semakin tinggi penggunaan *social media* maka akan mampu meningkatkan intensi berwirausaha pada diri mahasiswa di Sukabumi. Pernyataan di atas didukung oleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang dimana nilai signifikansi kurang dari 0,050 ($0,000 < 0,050$) kemudian, nilai thitung *social media* sebesar 4.219 > ttabel 1.649 maka hipotesis dalam penelitian ini H₀ ditolak dan H₁ diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *social media* dan variabel minat berwirausaha dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,612.

Berdasarkan penjabaran di atas sesuai dengan pendapat yang dikemukakan Wiyarno et al (2024) dengan pesatnya perubahan pada perkembangan *social media* pada generasi milenial dan generasi Z menyebabkan terciptanya pengaruh yang positif seperti meningkatnya intensi berwirausaha. Selain itu, penelitian Sahban (2024) bagi para mahasiswa yang ingin menjadi pengusaha *social media* menjelaskan salah satu sumber utama informasi dan motivasi. Mahasiswa dapat mengakses konten tentang tips dan trik bisnis serta instruksi untuk memulai bisnis melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube. Mahasiswa yang tertarik untuk berwirausaha dapat melihat berbagai konten dari *social media*. Hasil penelitian Hikmatullila et al., (2024) menunjukkan hal yang sama yaitu, intensi berwirausaha dapat dipengaruhi oleh *social media* dengan hasil yang signifikan. 0,023 didapatkan dari hasil nilai signifikansi dan 0,465 dari hasil koefisien determinasi, ini berarti *social media* berpengaruh positif dan dapat menumbuhkan intensi berwirausaha pada mahasiswa.

Pengaruh Role Model terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa di Sukabumi

Berdasarkan hasil penelitian intensi berwirausaha dapat dipengaruhi oleh *role model* secara signifikan. Ini berarti semakin baik orang yang dijadikan role model maka mampu meningkatkan minat berwirausaha pada diri mahasiswa di Sukabumi. Pernyataan di atas didukung oleh nilai signifikan sebesar 0,000 ($p < 0,050$). Artinya bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,050 ($0,000 < 0,050$) dan thitung role model sebesar 11.719 > ttabel 1.649 maka hipotesis dalam penelitian ini H₀ ditolak dan H₂ diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari *role model* terhadap intensi berwirausaha dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,612.

Berdasarkan hasil analisis di atas, hal ini sesuai dengan pendapat Darmawan (2023) untuk menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa perlu menyertakan *role model* yang bermutu dan juga *role model* yang berhasil dan yang tidak berhasil. Ini digunakan untuk menunjukkan secara lebih realistis bahwa keberhasilan dan kegagalan sudah biasa terjadi dalam dunia bisnis, sehingga mahasiswa bisa berhasil dan mencegah dari ketidakberhasilan dalam membangun bisnis juga mahasiswa dapat mengambil tindakan yang tepat dengan belajar dari hal yang sudah terjadi. Kegiatan - kegiatan yang menghadirkan *role model* wirausaha untuk dapat memberikan nasihat berdasarkan pengalaman

pribadinya, membimbing, dan melakukan penelitian juga berdiskusi. Upaya ini dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Penelitian Nabila et al., (2023) yang menunjukkan hal yang sama bahwa intensi berwirausaha secara positif dan signifikan dapat dipengaruhi oleh *social media* dan *role model*. Dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 kurang dari 0.05, dan 0,327 untuk koefisien variabel dengan nilai thitung 3.776. Dengan kata lain *role model* yang baik dapat menumbuhkan intensi berwirausaha pada mahasiswa.

SIMPULAN

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa intensi berwirausaha pada mahasiswa di Sukabumi dapat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *social media* dan *role model*. Untuk menumbuhkan intensi berwirausaha pada mahasiswa bisa dilakukan dengan cara meningkatkan penggunaan media sosial sehingga mahasiswa dapat mencari sumber informasi mengenai wirausaha dan juga mahasiswa dianjurkan memiliki panutan wirausaha yang berperilaku baik sehingga bisa mendorong kita untuk berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, M. N., Sunarya, E., Mulia, F., 2022. Analysis of Product Innovation And Social Media Marketing To Improve Performance Analisis Inovasi Produk Dan Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2161–2169.
- Amir, E. M., Effendi, L. V., Gosal, G. G., 2022. Pengaruh role model, self efficacy, dan entrepreneurship education terhadap entrepreneurial intention mahasiswa IBM Universitas Ciputra Surabaya. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7(6), 723–734.
- Badan Pusat Statistik. 2023. Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan, 2021-2022, diakses melalui website <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE3OSMy/unemployment-rate-by-education-level.html>
- Chen, N., Ding, G., Li, W., 2016. Do Negative Role Models Increase Entrepreneurial Intentions? The Moderating Role of Self-Esteem. *Basic and Applied Social Psychology*, 38(6), 337–350.
- Darmawan, D., 2023. Model Peran Wirausaha dan Dukungan Sosial Untuk Membentuk Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Fakultas Hukum dan Sosial. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 586–593.
- Efrata, T. C., Radianto, W. E. D., Effendy, J. A., 2021. The Influence of Role Models on Entrepreneurial Intention: Does Individual Innovativeness Matter? *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 339–352.
- Hardiansyah, R., Danial, R. D. M., Nurmala, R., 2023. Efektivitas E-Recruitment Dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Pelamar Kerja Generasi Z. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1).
- Haryanto, A. A. F., Komariah, K., Danial, R. D. M., 2021. Social Media and Viral Marketing Analysis of Purchase Decisions Through Tiktok Applications. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(2), 33.
- Hikmatullila, Dewi, R. M. D., 2024. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *JOEAI (Journal of Education and Instruction)*, 7(2), 335–345.
- Indraswati, D., Hidayati, R. V., Wulandari, P. N., Mauliyada, M., 2021. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pgsd Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 17–34.
- 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.
- Martins, I., Perez, J. P., 2020. Testing mediating effects of individual entrepreneurial orientation on the relation between close environmental factors and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(4), 771–791.
- Nabila, A. N., Yohana, C., Pratama, A., 2023. The Influence of Role Models, Entrepreneurship Education, and Self-Efficacy on Entrepreneurship Intentions in Class Xi Students. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, dan Akunansi*, 4(1), 103–112.

- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., 2019. The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 96(November 2018), 183–193.
- Prasetio, T., 2020. Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari dan Administrasi (SERASI)*, 18(1), 35–46.
- Rapii, M., 2019. Mengukur Potensi Wirausaha pada Program Pelatihan. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 4(132), 126–135.
- Sahban, M. A., 2024. Pengaruh Media Sosial Dan Teknologi Digital Terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Manajemen Bisnis. *Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3), 10485–10489.
- Susilawaty, E. A., 2022. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1.
- Wiyarno, Apriani, E., Permana, I., Asmoro, F. B., 2024. Analisis Pengaruh Penggunaan Sosial Media, Teknologi Informasi, Dan Minat Berwirausaha Terhadap Entrepreneurship. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1072–1082.