



## PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRUSAHAAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA BERBASIS DIGITAL

Irawansyah<sup>1\*</sup>, Adityani Nugraha Pertiwi<sup>2</sup>, Mega Sara Yulianti<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Bima Internasional MFH

<sup>3</sup>Universitas Nahdlatul Ulama NTB

<sup>1</sup> irawansyahabbas90@gmail.com, <sup>2</sup>adityaninugrahap@gmail.com, <sup>3</sup>megasara74@gmail.com

### Abstrak:

Pemanfaatan media sosial dalam pendidikan kewirausahaan mahasiswa masih belum optimal dan cenderung belum diarahkan sebagai media pembelajaran praktik bisnis digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha berbasis digital. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terkait efektivitas pembelajaran kewirausahaan dibandingkan penggunaan media sosial dalam bentuk minat wirausaha digital mahasiswa. Populasi yaitu mahasiswa Universitas Bima Internasional MFH sebanyak 64 orang dengan teknik simple random sampling. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan: (1) pembelajaran kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha digital (thitung 6,3 > ttabel 1,99), (2) penggunaan media sosial tidak berpengaruh (thitung 0,740 < ttabel 1,99), dan (3) pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha berbasis digital berpengaruh signifikan (Fhitung 20,167 > Ftabel 3,14). Persamaan regresi didapatkan  $Y = 10,480 + 0,89X_1 + 0,113X_2$ . Pendidikan kewirausahaan terbukti mampu meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta kepercayaan diri mahasiswa untuk memulai usaha berbasis digital. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan pembelajaran kewirausahaan digital, khususnya untuk merancang strategi pembelajaran yang lebih adaptif dengan pemanfaatan media sosial sebagai penguatan minat berwirausaha di era digital.

**Kata kunci:** media sosial, minat berwirausaha, pembelajaran kewirausahaan



## PENDAHULUAN

Laporan Cognitive Market Research Tahun 2024 mengungkapkan bahwa transformasi bisnis digital bukan sekadar tren sesaat, melainkan diproyeksikan terus meningkat hingga tahun 2033 (Soraya et al., 2025). Data dari Digital Global Overview Report 2025 mengindikasikan bahwa internet telah digunakan oleh hampir 68% populasi global, sementara media sosial dimanfaatkan oleh sekitar 64% dari jumlah tersebut (Cognitive Market Research, 2024). Temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak signifikan terhadap kehidupan masyarakat, termasuk di lingkungan mahasiswa. Dengan semakin maraknya tren kewirausahaan di media sosial, konten bertema bisnis seharusnya mampu menjadi sarana edukasi dan praktik keterampilan bagi mahasiswa. Namun, penggunaan media sosial masih lebih dominan untuk hiburan. Fenomena ini memperlihatkan rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, meskipun dukungan digital marketing dan peluang usaha sangat terbuka. Akibatnya, sebagian besar mahasiswa lebih memilih berperan sebagai pencari kerja daripada menjadi pencipta lapangan kerja (Soraya et al., 2025).

Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi perlu memadukan ilmu bisnis, kepemimpinan, inovasi, komunikasi, dan pemanfaatan peluang dengan penguatan karakter agar lahir lulusan yang berkualitas. Tantangan muncul karena banyak wirausahawan sukses tanpa pendidikan tinggi, sehingga kampus dituntut menyiapkan mahasiswa yang berdaya juang, tekun, dan pantang menyerah. Melalui kompetensi manajemen strategis dan pemanfaatan teknologi informasi, pembelajaran kewirausahaan dapat membentuk pola pikir wirausaha yang disiplin, berorientasi masa depan, dan mampu menciptakan peluang (Martini Martini et al., 2023). Pendidikan kewirausahaan tidak terbatas pada aspek teoretis mengenai konsep usaha, namun juga menekankan pembentukan karakter, perilaku, dan pola pikir yang mendukung jiwa wirausaha (Yudianto et al., 2023).

Pengajaran kewirausahaan di perguruan tinggi masih cenderung teoritis dan kurang berbasis praktik bisnis, sehingga lulusan lebih banyak menjadi pencari kerja daripada pencipta lapangan kerja. Fokus sistem pembelajaran yang menekankan kelulusan cepat dan persiapan kerja menyebabkan pengembangan soft skills, karakter, dan mentalitas wirausaha kurang optimal (Yudianto et al., 2023). Pendidikan kewirausahaan melalui pembelajaran kewirausahaan, mahasiswa didorong untuk berinisiatif merintis dan mengembangkan usaha



sendiri (Wardhani & Nastiti, 2023). Dalam bidang ekonomi, media sosial dipandang sebagai sarana pemasaran yang efektif untuk mendukung usaha secara online dengan membuat akun di jejaring sosial, mengunggah foto produk, lalu mempromosikannya kepada pengguna internet lainnya (Fairuz Mahdiyyah & Tjipto Subroto, 2022).

Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah kewirausahaan, sehingga keterampilan digital yang mencakup pengetahuan, sikap, dan kemampuan lintas bidang menjadi sangat penting (López-Meneses et al., 2020a). Penggunaan media berbasis web semakin populer dalam penggunaanya yang menunjang kemajuan bisnis banyak diterapkan oleh pelaku usaha besar maupun UMKM (Putri & Sakti, 2023). Oleh Karena itu, pengembangan kurikulum kewirausahaan digital menjadi sangat penting untuk membentuk lulusan yang siap menghadapi tantangan ekonomi modern (Tuty et al., 2025).

Minat kewirausahaan adalah sikap mandiri dalam mencari penghasilan dengan mendirikan usaha serta menyalurkan ide dan pemikiran ke dalam bisnis tersebut. Jiwa ini mencerminkan keberanian mengambil risiko secara mandiri dengan berlandaskan kreativitas. Setiap pelaku usaha perlu memiliki jiwa kewirausahaan agar mampu bertahan dan meraih keunggulan bersaing. Indikatornya mencakup rasa percaya diri, optimisme, kepemimpinan, keberanian menghadapi tantangan, tanggung jawab, kedisiplinan, serta kreativitas dan inovasi (Saputra et al., 2023). Minat kewirausahaan merupakan bagian dari kepribadian yang mencakup sifat-sifat penting dalam menjalankan usaha, seperti ramah, sabar, cekatan, teliti, hati-hati, dan responsif. Sifat-sifat nonmaterial ini menjadi modal dasar yang sangat menentukan keberhasilan suatu bisnis (Saputra et al., 2023).

Observasi yang dilakukan pada mahasiswa DIV Akuntansi Sektor Publik memperlihatkan kecenderungan yang kuat terhadap minat berwirausaha berbasis digital. Mahasiswa menunjukkan minat dalam mendirikan usaha serta mengembangkan kewirausahaan berbasis digital. Minat berwirausaha mencerminkan kemampuan seseorang untuk berjuang keras agar kebutuhan hidupnya terpenuhi meski dihadapkan pada risiko. Minat ini dipengaruhi faktor internal, seperti keberanian, kemandirian, kreativitas, dan kepercayaan diri, serta faktor eksternal, seperti dukungan keluarga, pendidikan, dan lingkungan masyarakat. Perguruan tinggi dengan kurikulum yang relevan berperan penting dalam membentuk kompetensi wirausaha digital. Temuan berbagai studi menegaskan bahwa penerapan pendidikan kewirausahaan berbasis digital memiliki efektivitas lebih tinggi



dari pada pendekatan konvensional, terutama dalam meningkatkan minat dan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha pada era digitalisasi. (Mulyati, 2023).

Analisis fenomena gap dan research gap mengindikasikan bahwa ketidaksesuaian antara tingginya penggunaan media sosial dan potensi kewirausahaan digital mahasiswa dengan rendahnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembelajaran dan praktik kewirausahaan. Pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi masih didominasi pendekatan teoritis, sehingga minat berwirausaha belum berkembang secara optimal menjadi kemampuan wirausaha digital yang nyata. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengkajian peran media sosial sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan berbasis digital dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa DIV Akuntansi sektor publik. Penelitian ini menyoroti kesenjangan antara tingginya pemanfaatan media sosial dan rendahnya implementasi kewirausahaan produktif, serta menekankan perlunya transformasi pembelajaran kewirausahaan dari pendekatan teoritis menuju praktik digital yang kontekstual dan relevan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif korelasional berbasis pendekatan kuantitatif. Ada dua variabel bebas yang dipakai, yaitu pembelajaran kewirausahaan adalah variabel  $X_1$  dan penggunaan media sosial sebagai variabel  $X_2$ . Sedangkan variabel terikatnya yaitu minat berwirausaha berbasis digital (Y). Populasi penelitian terdiri atas 253 mahasiswa Universitas Bima Internasional MFH. Sampel dipilih dengan metode probability sampling yakni simple random sampling. Proporsi sampel ditentukan menggunakan rumus Arikunto karena populasinya  $>100$ , ambil 10-25% atau lebih. Kemudian, penarikan sampel diambil dari 25% dari jumlah populasi. Dengan demikian, penelitian ini melibatkan 64 responden sebagai sampel. Kriteria inklusi pada penelitian yakni mahasiswa semester 3 yang telah mengikuti perkuliahan kewirausahaan dari prodi DIV Akuntasi Sektor Publik, D3 Rekam Medis dan Informasi Kesehatan dan D3 Farmasi. Peneliti mengumpulkan data penelitian dengan memberikan kuesioner dari penelitian yang dilakukan oleh (Andriyani, 2022) dengan 34 pernyataan kepada responden dengan kuesioner yang telah melalui uji validitas dengan nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (0,361) dan reabilitas dengan nilai alpha  $\geq 0,6$ . Variabel  $X_1$  terdiri dari 15 item pernyataan yang terdiri dari indikator pengetahuan, perasaan, keterampilan, kesehatan

fisik dan pengalaman langsung dengan masing-masing terdiri dari 3 item pernyataan setiap indikatornya. Variabel  $X_2$  sebanyak 10 item pernyataan dengan indikator membangun dan menjaga hubungan, efektifan kerja, dan mendidik masing-masing 3 item pernyataan, kecuali indikator mengekspresikan diri dengan 2 item pernyataan. Variabel Y terdiri dari 8 item pernyataan dengan indikator faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik dengan masing-masing terdiri dari 4 item pernyataan. Penilaian kuesioner menggunakan skala likert (1-5). Proses analisis data dalam penelitian ini diawali dengan tabulasi, kemudian dilanjutkan dengan pengujian normalitas, linearitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi yakni, regresi linier berganda. Kemudian uji t, uji F dan uji koefisien determinasi. Model penelitian dan hipotesis pada studi ini dijelaskan dibawah ini:

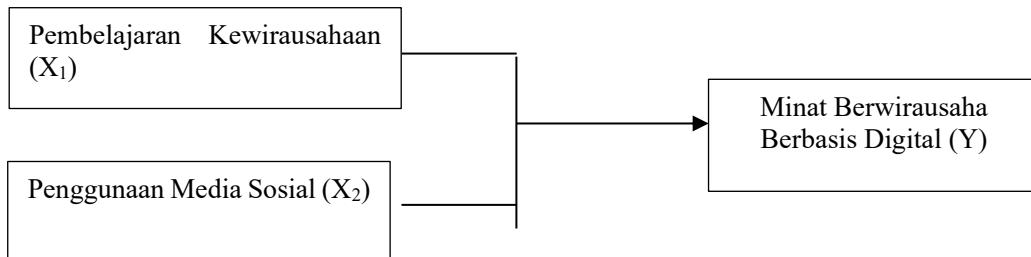


Diagram 1. Model Penelitian

H1 : Ada pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha berbasis digital mahasiswa Universitas Bima Internasional MFH

H2: Ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha berbasis digital mahasiswa Universitas Bima Internasional MFH

H3: Ada pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha berbasis digital mahasiswa Universitas Bima Internasional MFH

Ho: Tidak ada pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha berbasis digital mahasiswa Universitas Bima Internasional MFH



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, diperoleh hasil distribusi masing-masing variabel yang dijelaskan dibawah ini

Tabel.1 Distribusi variabel X1, X2 dan Y

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pendidikan kewirausahaan (X1)	64	38	64	56,81	4,9
Penggunaan media sosial (x2)	64	65	83	74,78	3,9
Minat berwirausaha berbasis digital (Y)	64	58	82	76,27	4,35

Hasil deskripsi variabel pendidikan kewirausahaan dari 64 responden, diketahui nilai minimum 38 dan maximum 64 dengan rata-rata 56,81 dan standar deviasi 4,9. Untuk variabel penggunaan media sosial, diketahui nilai minimal 65 dan maksimal 83 dengan rata-rata 74,78 dan standar deviasi 3,9. Kemudian, variabel minat wirausaha berbasis digital didapatkan hasil nilai minimal 58 dan maksimal 82 dengan rata-rata 76,27 dengan standar deviasi 4,35.

Uji prasyarat mencakup pengujian normalitas, linearitas, serta multikolinearitas. Uji normalitas yang digunakan yaitu kolmogorov-Smirnov dengan taraf sigifikansi 5%. Hasil uji normalitas residual menunjukkan bahwa data pada variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y berdistribusi normal dengan nilai signifikansi  $0,084 > 0,05$ . Pengujian linearitas dilakukan menggunakan metode *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Hasil analisis linearitas antara variabel X<sub>1</sub> dan Y memperlihatkan adanya hubungan linear dengan nilai signifikansi 0,819. Sementara itu, uji linearitas antara variabel X<sub>2</sub> dan Y menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,005. Uji multikolinearitas pada kedua variabel X menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,97, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Pengujian hipotesis dengan Uji t dimanfaatkan untuk mengetahui pengaruh variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> secara parsial terhadap variabel Y. Hasil perbandingan dengan t tabel menunjukkan bahwa variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> memiliki pengaruh secara parsial terhadap Y. Hasil uji t<sub>table</sub> didapatkan nilai sebesar 1,99. Berdasarkan hasil uji t yang dianalisis menggunakan SPSS, diperoleh nilai thitung sebesar 6,3 untuk variabel pembelajaran kewirausahaan. Untuk



variabel penggunaan media sosial, nilai hitung yang diperoleh adalah 0,75. Berikut adalah hasil pengujian t:

Tabel.2 Hasil Analisis Uji t

Model	Koefisien	Nilai t	Signifikansi
Konstanta	10,480	3,629	0,001
Pembelajaran kewirausahaan	0,89	6,346	0,000
Penggunaan media sosial	0,113	0,749	0,457

Hasil menunjukkan nilai t hitung  $> t$  tabel yakni  $6,3 > 1,99$  yang mana nilai probabilitas didapatkan hasil  $0,00 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel X1 terhadap variabel Y. Hasil analisis nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $0,740 < 1,99$  dengan nilai probabilitas  $0,457 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan Variabel X2-Y tidak menunjukkan adanya hubungan linear dengan demikian menunjukkan variabel penggunaan media sosial (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha berbasis digital (Y) meskipun memiliki arah hubungan positif.

Pengujian hipotesis dengan uji F guna melihat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y. Perhitungan  $F_{tabel}$  dalam penelitian ini diperoleh sebesar 3,14. Sementara itu, berdasarkan analisis dengan SPSS diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah  $20,167 > F_{tabel}$  3,14. Jadi,  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima yang disimpulkan bahwa pembelajaran kewirausahaan ( $X_1$ ) dan penggunaan media sosial ( $X_2$ ) secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha berbasis digital (Y).

Pengaruh variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel Y dapat diketahui dengan analisis regresi berganda. Tabel 2, berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y=10,480 + 0,89 X_1 + 0,113X_2$ . Nilai konstanta sebesar 10.480 menunjukkan bahwa ketika pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial berada pada nilai nol, minat berwirausaha berbasis digital memiliki nilai dasar sebesar 10.480. Koefisien regresi pembelajaran kewirausahaan sebesar 0,89 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada pembelajaran kewirausahaan akan meningkatkan minat berwirausaha berbasis digital sebesar 0,89 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Sementara itu, koefisien regresi penggunaan media sosial sebesar 0,113 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan penggunaan media sosial akan meningkatkan minat berwirausaha berbasis



digital sebesar 0,113 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Hasil ini menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap minat berwirausaha berbasis digital dibandingkan penggunaan media sosial.

### Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian, hasil pengujian hipotesis pertama memperlihatkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa setiap adanya peningkatan dalam pembelajaran kewirausahaan berdampak pada meningkatnya minat berwirausaha berbasis digital pada mahasiswa. Penelitian ini selaras dengan hasil studi oleh (Tambengi & Mohehu, 2024) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha berbasis digital. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khatib Sulaiman et al., 2023) yang menyatakan bahwa mahasiswa memiliki keinginan untuk menjadi pembisnis menggunakan media digital dengan skor 96% dengan kategori tinggi. Adanya pembelajaran kewirausahaan mahasiswa yang mempelajari strategi usaha menggunakan media berbasis digital yaitu media sosial meningkatkan minat mahasiswa yang merupakan generasi milenial memiliki keinginan tinggi untuk bekerja sendiri tanpa tekanan orang lain (López-Meneses et al., 2020). Hasil penelitian yang diakukan oleh (Rahman, 2024), semakin baik pembelajaran kewirausahaan maka baik juga minat berwirausaha berbasis digital dan sebaliknya.

Pada hipotesis kedua, yang membahas pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha berbasis digital, diperoleh data bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha berbasis digital.. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Permatasari & Harsono, 2025) yang menegaskan bahwa media sosial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yanti et al., 2024) bahwa pemanfaatan media sosial instagram tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Beberapa alasan terkait pembelajaran kewirausahaan yang tidak memberikan pengaruh pada minat berwirausaha berbasis digital yakni pada saat diberikan tugas untuk mengupload produknya di sosial media tidak dilakukan evaluasi sejauh mana mahasiswa sudah mengupload dan berapa viewer atau interaksi dari postingan tersebut, mahasiswa kurang termotivasi untuk menyelesaiannya dengan sungguh-sungguh. Selain itu juga, mahasiswa kurang percaya diri



untuk mengunggah produknya pada sosial medianya mereka. Tanpa adanya dorongan dari lingkungan kampus, motivasi pribadi, mahasiswa tidak melihat urgensi atau manfaat langsung (Nurmansyah & Patrikha, 2024).

Media sosial tidak memiliki pengaruh secara signifikan dengan minat berwirausaha terjadi karena media sosial hanya digunakan untuk mencari dan menjalin pertemanan, interaksi dan komunikasi jarak jauh serta hanya untuk mengisi waktu luang saja. Pemanfaatan media sosial dipengaruhi oleh faktor internal yang berasal dari individu itu sendiri sebagai pelaku usaha seperti sikap, kemauan, kemampuan, keberanian dan karakteristik pribadi yang positif (Andriani & Dewi, 2022). Mahasiswa dalam penggunaan media sosial setiap harinya menyebabkan perilaku konsumtif yang tinggi bukan menjadikan media sosial sebagai sarana marketing tentang suatu produk (Latifah & Paramita, 2023). Pemanfaatan media sosial hanya terbatas pada aktivitas konsumtif, hiburan dan interaksi sosial bukan untuk pengembangan usaha produktif (Latifah & Paramita, 2023). Hal ini tidak sejalan dengan teori Schumpeter pada teori inovasi kewirausahaan bahwa perlunya penggunaan teknologi sebagai pendorong terciptanya peluang usaha baru karena mempermudah memperlebar akses pasar, terciptanya inovasi dan efisiensi produksi (Gultom et al., 2025).

Hipotesis ketiga menegaskan bahwa pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial secara bersamaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha berbasis digital. Sampai saat ini, belum terdapat penelitian terdahulu yang secara spesifik menelaah pengaruh kedua variabel tersebut terhadap minat berwirausaha berbasis digital. Sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Listiawati et al., 2020) bahwa tidak ditemukan pengaruh antara pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha. Tidak sejalan dengan penelitian (Soraya et al., 2025) didapatkan data bahwa variabel penggunaan sosial media memiliki skor tertinggi diantara variabel yang diteliti yang didukung oleh dipengaruhi oleh tingginya paparan mahasiswa terhadap teknologi digital dan media sosial. Mahasiswa yang aktif memanfaatkan media sosial umumnya memiliki keterampilan digital marketing yang lebih baik, karena mereka terbiasa menggunakan platform digital serta memahami pola dan



strategi dalam pemasaran online.

Menurut (Luthfiyah et al., 2024) Minat wirausaha pada mahasiswa terbentuk melalui beragam faktor. Aspek personal seperti motivasi, rasa percaya diri, dan kreativitas sangat berpengaruh, di samping dukungan sosial dari keluarga, teman, dan dosen. Faktor pendidikan, seperti kurikulum dan pelatihan kewirausahaan, juga berperan penting. Kemampuan memanfaatkan teknologi digital menjadi kunci keberhasilan bisnis masa kini, sementara globalisasi membuka peluang sekaligus persaingan yang memengaruhi pandangan mahasiswa terhadap wirausaha. Minat kewirausahaan tidak lagi dipahami hanya sebagai keberanian membuka usaha, melainkan juga meliputi pola pikir, sikap, dan keterampilan untuk mengenali peluang, mengelola risiko, serta berinovasi dalam situasi yang tidak pasti. Wirausahawan sejati bukan sekadar pencipta bisnis, tetapi juga agen perubahan yang memanfaatkan peluang secara terarah. Jiwa ini tercermin dari inisiatif, tanggung jawab, dan ketahanan dalam menghadapi tantangan usaha. Pada Generasi Z, potensi kewirausahaan terlihat dari keaktifan mereka di platform digital, mengikuti tren, serta menciptakan konten dan produk yang autentik (Cintiya Febrianti et al., 2020).

Aktifitas yang berkaitan dengan kewirausahaan digital memerlukan kompetensi digital yang bukan hanya keterampilan tunggal, tetapi kombinasi dari berbagai kemampuan, sikap dan pengetahuan yang perlu diterapkan dari berbagai bidang. Kompetensi kewirausahaan digital, yang merupakan perpaduan antara keterampilan kewirausahaan dan kemampuan menggunakan teknologi informasi, membantu pelaku usaha dalam mengenali peluang, merancang strategi bisnis, serta mengambil keputusan yang tepat (Khatib Sulaiman et al., 2023). Mahasiswa mendapatkan motivasi dari dosen untuk memahami aktivitas bisnis digital sebagai keterampilan penting yang harus dikuasai. Melalui pembelajaran berbasis proyek, mahasiswa dilatih menciptakan produk inovatif dan kreatif. Namun, kemampuan berwirausaha mereka di era digital masih sebatas pemahaman teoritis dan belum sepenuhnya terimplementasi secara praktis. Oleh karena itu, mahasiswa perlu tidak hanya memahami, tetapi juga menerapkan keterampilan kewirausahaan digital melalui praktik langsung (Khatib Sulaiman et al., 2023).



## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Hasil analisis data, diketahui dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $F_{hitung}$  adalah  $20,167 > F_{tabel}$  3,14. Jadi,  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima yang disimpulkan bahwa pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha berbasis digital.

### Saran

Peneliti memberikan saran bahwa sangat diperlukannya penyelenggaraan seminar di luar jam kuliah, sehingga dapat mendorong mahasiswa untuk lebih tertarik pada wirausaha berbasis digital. Kemudian, perlu diterapkan model pembelajaran yang berkualitas dan berkelanjutan, kebutuhan akan dosen pengampu matakuliah kewirausahaan yang berpengalaman sarana dan prasarana yang berkualitas, terutama teknologipreneur berbasis digital agar mahasiswa mampu mengembangkan teknologi dalam mengembangkan kewirausahaannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, I. A., & Dewi, R. M. (2022). Praktik Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Pembentukan Wirausaha Muda pada Siswa SMA. *Jurnal Pendidikan : Riset Dan Konseptual*, 6(3), 457. [https://doi.org/10.28926/riset\\_konseptual.v6i3.532](https://doi.org/10.28926/riset_konseptual.v6i3.532)
- Andriyani, S. (2022). *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Cintiya Febrianti, E., Nurmawati, I., & Muflihatin, I. (2020). *Evaluasi Rekam Medis Elektronik Di Tempat Pendaftaran Pasien Gawat Darurat dan Rawat iNAP rsud K.R.M.T Wongsonegoro Kota Semarang*. 1 No 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.25047/j-remi.v1i4.2145>
- Cognitive Market Research. (2024). *Cognitive Analysis Market Report 2025*. : <https://www.cognitivemarketresearch.com/cognitive-analysis-market-report>
- Fairuz Mahdiyyah, K., & Tjipto Subroto, W. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 175–188. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i2.189>
- Gultom, C. A., Simarmata, S. E., Aini, N., Nababan, J. I., Sijitonga, N., & Sihombing, O. (2025). Pengaruh Jejaring Sosial dan Teknologi Digital terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Kata kunci. *JIIP*



- (*Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*), 8. <http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Khatib Sulaiman, J., Zulfia Novrita, S., Yulastri, A., Effendi, H., Muskhir, M., & Negeri Padang, U. (2023). Pengaruh Minat Berwirausaha dan Kurikulum Pembelajaran Wirausaha terhadap Kompetensi Wirausaha Digital Mahasiswa Vokasi Tata Busana. *Indonesian Journal of Computer Science Attribution*, 12(6), 2023–3783.
- Latifah, V. A., & Paramita, R. A. S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis Kampus Negeri di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember*, 2023(25), 854–865. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10437316>
- Listiawati, M., Dyah, C., & Susantiningrum, S. I. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Di Mahasiswa FKIP UNS. *JKB*, 25(1), 27–37.
- López-Meneses, E., Manuel Sirignano, F., Vázquez-Cano, E., & Ramírez-Hurtado, J. M. (2020a). University students' digital competence in three areas of the DigCom 2.1 model: A comparative study at three European universities. *Australasian Journal of Educational Technology*, 2020(3), 36.
- López-Meneses, E., Manuel Sirignano, F., Vázquez-Cano, E., & Ramírez-Hurtado, J. M. (2020b). University students' digital competence in three areas of the DigCom 2.1 model: A comparative study at three European universities. *Australasian Journal of Educational Technology*, 2020(3), 36.
- Luthfiyah, A., Prasetiya, A. C., Ainiyah, M. U., Wulandari, S. S., & Susanti, S. (2024). Tren Penelitian Minat Wirausaha di Lingkungan Pendidikan dan Masyarakat Tahun 2019 - 2024: Systematic Literature Review. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 763–772. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i2.2182>
- Martini Martini, Azizah Zein, Nurul Azmi Pasaribu, & Mansur Keling. (2023). Implementasi Pembelajaran Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *MASMAN : Master Manajemen*, 2(1), 10–17. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i1.247>
- Mulyati, S. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Digital Literacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Efikasi Diri Sebagai Mediator. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 222–230. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n2.p222>
- Nurmansyah, N. D. I., & Patrikha, F. D. (2024). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan, Praktek Kewirausahaan, Dan Pemasaran Digital Terhadap Minat Berwirausaha Online Pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Permatasari, D., & Harsono, I. (2025). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 121–133. <https://doi.org/10.59827/jie.v4i1.215>
- Putri, I. N., & Sakti, N. C. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik. *Jurnal Riset Pendidikan Eonomi (JRPE)*, 162–176. <http://ejournal.unikama.ac.idHal|162>



- Rahman. (2024). Pengaruh Literasi Digital, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Kompetensi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Berbasis Digital. *Journal*, 5.
- Saputra, F., Ridho Mahaputra, M., & Maharani, A. (2023). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1>
- Soraya, D. U., Elmunsyah, H., & Pamungkas, B. D. (2025). Peran Paparan Konten Media Sosial Bermuatan Kewirausahaan Dan Penggunaan Tools Digital Marketing Terhadap Kesiapan Wirausaha Dan Keterampilan Digital Marketing Mahasiswa. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 10(2), 1652–1662. <https://doi.org/10.29100/jipi.v10i2.7853>
- Tambengi, W. M., & Mohehu, F. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(9). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Tuty, Hasanuddin Sirait, & Edison Ulung Panggabean Simannuhuruk. (2025). Platform Digital Sebagai Media Pembelajaran Kewirausahaan di Sekolah dan Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 13(1), 114–126. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v13i1.1876>
- Wardhani, P. S. N., & Nastiti, D. (2023). Implementasi Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(2), 177–191. <https://doi.org/10.37478/jpm.v4i2.2622>
- Yanti, R. I., Citra Ramayani, & Vivina Eprillison. (2024). The Influence Of Entrepreneurship Learning, Social Media, Personality, And Family Environment On Interest In Entrepreneurship Throught Entrepreneurial Motivation As An Intervenning Variable For Class Xi Ips Students At Sma N 03 Solok Selatan Academic Year 2022/2023. *Jurnal Horizon Pendidikan*, 4(1), 1–16. <http://ejournal.upgrisba.ac.id/index.php/horizon>
- Yudianto, A., Nurpratama, M., & Firdaus, T. (2023). Studi Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wiralodra Indramayu. *Management & Accounting Expose*, 6(2), 42–51. <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>