

## Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Riselsa Salsabila Putri<sup>1</sup>, Indra Muis<sup>2</sup>  
Universitas Bina Insani, Kota Bekasi, Indonesia<sup>1,2</sup>

\*Email [riselsasalsabila947@gmail.com](mailto:riselsasalsabila947@gmail.com), [indramuis@binainsani.ac.id](mailto:indramuis@binainsani.ac.id)

### Sejarah Artikel:

Diterima 25-06-2026  
Disetujui 01-07-2026  
Diterbitkan 03-07-2026

### ABSTRACT

*Unemployment in Indonesia remains an important issue, particularly among vocational high school (SMK) graduates, who recorded the highest Open Unemployment Rate at 8.63%. This study aims to analyze the influence of entrepreneurship education, family environment, and social media usage on the entrepreneurial interest of 11th and 12th grade students at SMKN 8 Bekasi City. This research employed a quantitative method using a simple random sampling technique involving 257 respondents. The data were analyzed using classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with SPSS 27. The results showed that entrepreneurship education, family environment, and social media usage had a positive and significant effect on entrepreneurial interest, both partially and simultaneously ( $p < 0.05$ ). Entrepreneurship education was identified as the most dominant variable with a coefficient value of (0.338). In addition, these three variables were able to explain 46.3% of the variance in entrepreneurial interest ( $R^2 = 0.463$ ). These findings indicate that improving entrepreneurship education, strengthening family support, and utilizing social media positively can enhance the entrepreneurial interest of vocational high school students.*

**Keywords:** Entrepreneurship Education, Family Environment, Social Media Usage

### ABSTRAK

Pengangguran di Indonesia masih menjadi permasalahan penting, khususnya di kalangan lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), yang mencatat Tingkat Pengangguran Terbuka tertinggi sebesar 8,63%. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI dan XII di SMKN 8 Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik simple random sampling yang melibatkan 257 responden. Data dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, baik secara parsial maupun simultan ( $p < 0,05$ ). Pendidikan kewirausahaan diidentifikasi sebagai variabel yang paling dominan dengan nilai koefisien sebesar 0,338. Selain itu, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 46,3% variasi minat berwirausaha ( $R^2 = 0,463$ ). Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pendidikan kewirausahaan, penguatan dukungan keluarga, dan pemanfaatan media sosial secara positif dapat meningkatkan minat berwirausaha siswa SMK.

**Katakunci:** Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Penggunaan Media Sosial

**Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

Putri, R. S., & Muis, I. . (2026). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(4), 7303-7318. <https://doi.org/10.63822/fcsye744>

## PENDAHULUAN

Pengangguran masih menjadi isu penting di Indonesia, khususnya pada lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Bersumber pada informasi Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2025, lulusan SMK mempunyai tingkatan pengangguran paling tinggi yaitu sebesar 8,63% (Badan Pusat Statistik, 2025). Keadaan tersebut mengindikasikan bahwa lulusan SMK belum seluruhnya terserap ke dunia kerja. Menumbuhkan minat berwirausaha pada siswa menjadi salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan untuk mengurangi angka pengangguran di kalangan lulusan SMK. Pendidikan kewirausahaan yang diterapkan di SMK diharapkan mampu membentuk karakter lulusan yang tidak hanya terpaku pada pencarian kerja, melainkan juga memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan usaha secara mandiri (Kemdikbud, 2024). Namun, di Provinsi Jawa Barat tingkat pengangguran lulusan SMK masih menempati posisi tertinggi daripada lulusan lain, yaitu sebesar 12,81% (Badan Pusat Statistik, 2025).

**Tabel 1. TPT menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Jawa Barat**

| Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan | Tingkat Pengangguran Terbuka menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Provinsi Jawa Barat (Persen) |              |              |              |              |              |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                      | Februari                                                                                                  |              |              | Agustus      |              |              |
|                                      | 2023                                                                                                      | 2024         | 2025         | 2023         | 2024         | 2025         |
| SD ke Bawah                          | 5,32                                                                                                      | 3,33         | 2,39         | 3,93         | 2,89         | 2,99         |
| SMP                                  | 7,57                                                                                                      | 5,97         | 6,49         | 6,92         | 6,07         | 5,80         |
| SMA                                  | 10,6                                                                                                      | 8,98         | 9,28         | 11,61        | 10,19        | 9,87         |
| <b>SMK</b>                           | <b>12,75</b>                                                                                              | <b>12,33</b> | <b>12,42</b> | <b>13,42</b> | <b>12,74</b> | <b>12,81</b> |
| Diploma I/II/III                     | 6,37                                                                                                      | 6,25         | 5,94         | 4,79         | 5,76         | 2,94         |
| Universitas                          | 7,58                                                                                                      | 8,34         | 9,47         | 4,77         | 5,53         | 5,67         |

Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Penguatan minat berwirausaha dapat diwujudkan melalui berbagai upaya, di antaranya bisa melalui pengembangan pendidikan kewirausahaan, peran lingkungan keluarga, serta pemanfaatan media sosial, yang dianggap berpotensi meningkatkan kesiapan siswa dalam merintis usaha. Meskipun demikian, temuan penelitian mengenai faktor-faktor tersebut belum menunjukkan hasil yang sama karena terdapat perbedaan objek penelitian maupun tingkat pendidikan yang berbeda. Kajian-kajian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Triadi et al. (2024) dan Putri & Subiyantoro (2024) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha karena memberikan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi kepada siswa untuk memulai usaha. Pendidikan kewirausahaan juga mampu membentuk pola pikir kreatif dan keberanian dalam mengambil risiko sehingga dapat meningkatkan minat siswa terhadap dunia usaha. Namun, penelitian Setyaki & Sugiyanto (2023) justru menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut disebabkan oleh pendekatan pembelajaran yang masih cenderung bersifat teoritis dan belum memfasilitasi siswa untuk memperoleh pengalaman praktis secara langsung dalam mengelola bisnis.

Pada variabel lingkungan keluarga, penelitian Rifaldi et al. (2024) dan Firdausi et al. (2024) menemukan adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha karena dukungan keluarga dapat membangun motivasi, kepercayaan diri, serta memberikan contoh nyata mengenai dunia usaha.

Lingkungan keluarga yang telah memiliki pengalaman di bidang kewirausahaan juga cenderung mendorong anak untuk tertarik menjalankan usaha secara mandiri. Sebaliknya, penelitian Nengrum et al. (2024) justru menyimpulkan bahwa lingkungan keluarga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Menurutnya, keterlibatan dan dukungan keluarga dalam kegiatan kewirausahaan tidak secara otomatis berdampak pada tumbuhnya minat siswa untuk berwirausaha.

Media sosial memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi bisnis, mengidentifikasi peluang usaha, serta menjadi sarana promosi yang efektif dengan biaya rendah. Selain itu, media sosial juga memberikan inspirasi melalui konten-konten kewirausahaan yang dapat memotivasi siswa untuk memulai usaha, sebagaimana dinyatakan oleh Aputra et al. (2022) dan Sukoningtiyas & Subiyantoro (2023). Namun, penelitian Susilawaty (2022) menyatakan bahwa penggunaan media sosial tidak memberikan pengaruh yang nyata terhadap minat berwirausaha karena media sosial lebih sering digunakan untuk hiburan dan komunikasi dibandingkan sebagai sarana pengembangan bisnis atau pembelajaran kewirausahaan.

SMKN 8 Kota Bekasi telah menunjukkan upaya dalam mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan siswa melalui penerapan mata pelajaran kewirausahaan serta berbagai kegiatan praktik yang berkaitan dengan dunia usaha. Sekolah turut membuka ruang bagi siswa untuk mengenal dan mengasah keterampilan berwirausaha lewat proses pembelajaran yang dirancang untuk memupuk kreativitas, inovasi, serta keberanian dalam melihat dan memanfaatkan peluang usaha.. Namun, berdasarkan data Hubin SMKN 8 Kota Bekasi tahun 2022-2024, proporsi lulusan yang menjadikan wirausaha sebagai pilihan karier masih berada pada angka yang rendah dan cenderung menurun dari tahun ke tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa minat berwirausaha siswa masih memerlukan perhatian dan upaya peningkatan yang lebih serius, sehingga para lulusan tidak semata-mata berfokus sebagai pencari kerja, melainkan juga mampu mengambil peran sebagai pencipta lapangan kerja secara mandiri.

**Tabel 2. Data Keterserapan Lulusan SMKN 8 Kota Bekasi**

| Tahun Lulusan | Jumlah Lulusan | Bekerja | Wirausaha | Melanjutkan (Kuliah) | Menganggur |
|---------------|----------------|---------|-----------|----------------------|------------|
| 2022          | 245            | 10      | 19        | 41                   | 175        |
| 2023          | 336            | 79      | 4         | 66                   | 187        |
| 2024          | 382            | 47      | 1         | 45                   | 289        |

Sumber: Hubin SMKN 8 Kota Bekasi (2025)

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memiliki keterkaitan dengan minat berwirausaha siswa, khususnya pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial pada siswa SMKN 8 Kota Bekasi. Penelitian ini juga berupaya untuk mengukur besarnya pengaruh setiap variabel, baik yang diuji secara parsial ataupun simultan terhadap tumbuhnya minat berwirausaha di kalangan siswa.

*Grand theory* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan suatu tahapan menghasilkan sesuatu yang belum ada sebelumnya dengan tujuan memberikan nilai, dengan melibatkan pengorbanan waktu, tenaga, serta modal, dan menghadapi risiko tertentu dengan tujuan memperoleh keuntungan, rasa puas dan kebebasan secara pribadi (Hisrich et al., 2017). Dalam penelitian ini, teori kewirausahaan tersebut diperkuat dengan *Social Cognitive Theory* yang dikemukakan oleh Bandura (2023), yang berpandangan bahwa perilaku individu tidak terbentuk secara sepihak, melainkan dipengaruhi oleh keterkaitan antara faktor dalam diri individu, kondisi lingkungan, dan perilaku yang ditampilkan. Seseorang pun dapat mengembangkan suatu perilaku baru

melalui serangkaian pengamatan, pengalaman, serta interaksi dengan lingkungan di sekitarnya. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, pendidikan kewirausahaan berperan dalam memberikan pengetahuan dan pengalaman belajar mengenai kewirausahaan, lingkungan keluarga memberikan dukungan serta pengaruh sosial terhadap individu, sedangkan penggunaan media sosial menjadi sarana untuk memperoleh informasi dan inspirasi mengenai dunia usaha. Melalui proses pembelajaran dan pengaruh lingkungan tersebut, individu dapat membentuk ketertarikan dan dorongan untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha sehingga muncul minat berwirausaha.

Minat berwirausaha merupakan kecenderungan atau hasrat yang tumbuh dari dalam diri seseorang untuk membangun, menjalankan, mengorganisasikan, menanggung segala risiko, serta mengembangkan sebuah usaha secara mandiri (Suryana, 2019). Basrowi (2016) mengemukakan bahwa minat berwirausaha merupakan perubahan tindakan dan cara berpikir dari anak-anak muda, serta keterbukaan orang tua yang mulai mendukung dan memberikan izin kepada anak-anak mereka untuk terlibat dalam dunia bisnis. Indikator minat berwirausaha menurut Suryana (2019) mencakup kepercayaan diri, kemampuan berinisiatif, orientasi terhadap pencapaian, jiwa kepemimpinan, serta keberanian dalam menghadapi risiko.

Pendidikan kewirausahaan merupakan tahapan memberikan ilmu, keahlian, dan perilaku yang diperlukan untuk memulai dan mengelola sebuah usaha kepada seseorang. Menurut Ahmadi & Uhbiyati (2018), pendidikan kewirausahaan tidak semata-mata berorientasi pada penguasaan konsep teoritis, melainkan juga mencakup pengembangan kemampuan individu dalam mengenali peluang usaha serta keberanian menghadapi risiko dalam dunia bisnis. Purwana & Wibowo (2017) menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan pendidikan yang capaian belajarnya adalah menciptakan wirausahawan yang dapat menggerakkan perekonomian, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk masyarakat luas. Dalam penelitian ini, pendidikan kewirausahaan diukur melalui beberapa indikator, yaitu pendidikan formal, pendidikan non-formal, dan pendidikan informal. Pendidikan formal didapat siswa melalui pembelajaran kewirausahaan di sekolah, pendidikan non-formal diperoleh melalui pelatihan atau seminar kewirausahaan, sedangkan pendidikan informal diperoleh melalui pengalaman sehari-hari, keluarga, dan lingkungan sekitar yang berkaitan dengan dunia usaha (Ahmadi & Uhbiyati, 2018). Ketiga indikator tersebut digunakan untuk mengetahui sejauh mana pendidikan kewirausahaan memengaruhi minat berwirausaha siswa SMKN 8 Kota Bekasi.

Menurut Slameto (2018), lingkungan keluarga merupakan lingkungan sosial terdekat yang memiliki pengaruh besar terhadap individu, baik melalui pola asuh orang tua maupun hubungan antara anak dan orang tua. Suasana di dalam rumah, seperti kondisi ekonomi, sikap pengertian orang tua, serta latar belakang budaya, juga turut membentuk perkembangan individu dalam setiap keluarga. Alma (2024) menjelaskan bahwa keluarga juga berfungsi sebagai tempat hadirnya figur teladan yang dapat memengaruhi individu dalam memilih kewirausahaan sebagai pilihan karier. Lingkungan keluarga yang mendukung dapat memberikan dukungan moral, motivasi, serta rasa percaya diri bagi individu untuk berani mencoba dan mengembangkan usaha. Sebaliknya, lingkungan keluarga yang kurang mendukung dapat menyebabkan rendahnya minat berwirausaha. Dalam penelitian ini, lingkungan keluarga diukur melalui sejumlah indikator, yang meliputi pola pengasuhan orang tua, kualitas hubungan antar anggota keluarga, suasana kehidupan di dalam rumah, kondisi finansial keluarga, pemahaman dan perhatian orang tua, serta latar belakang budaya yang melekat dalam keluarga tersebut (Slameto, 2018).

Media sosial merupakan sebuah platform yang menempatkan keberadaan penggunaannya sebagai pusat utama dan menyediakan berbagai fasilitas untuk berinteraksi serta berkolaborasi satu sama lain. Media sosial berperan sebagai wadah yang mampu mempererat relasi antar pengguna sekaligus menumbuhkan dan memperkuat hubungan sosial di antara mereka (Nasrullah, 2017). Kotler & Keller (2016) mengartikan media sosial sebagai sarana yang digunakan oleh para penggunaannya untuk berbagi

berbagai konten, baik berupa teks, gambar, audio, video, maupun informasi lainnya kepada orang-orang di sekitar mereka. Perkembangan media sosial saat ini memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan dan kewirausahaan. Penggunaan media sosial dapat memberikan kemudahan bagi siswa dalam memperoleh informasi mengenai peluang usaha, strategi pemasaran, serta inspirasi dari para wirausahawan yang sukses. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai sarana promosi yang efektif dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Dalam penelitian ini, penggunaan media sosial diukur melalui beberapa indikator, yaitu *social presence*, *media richness*, dan *self-disclosure* (Kotler & Keller, 2016).

### **Hipotesis**

#### **H1: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa**

Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa di kota Batam menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Putri & Saputra, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Nabila et al. (2023) pada siswa kelas XI SMKN 16 Jakarta menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat di bidang kewirausahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan pada siswa SMAN 4 Palangka Raya mengungkapkan bahwa pendidikan kewirausahaan berfungsi sebagai sarana pembekalan kompetensi bagi siswa yang ingin berwirausaha (Triadi et al., 2024).

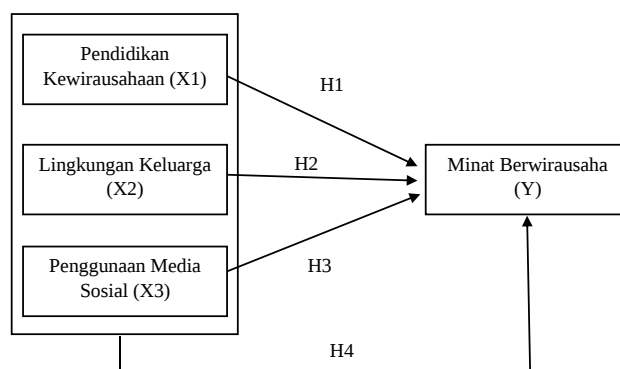
#### **H2: Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa**

Hasil temuan Rifaldi et al. (2024) mengungkapkan bahwa lingkungan keluarga sangat berpengaruh dalam membentuk minat seseorang untuk menjadi wirausahawan. Firdausi et al. (2024) menemukan lingkungan keluarga mampu mempengaruhi minat berwirausaha Gen Z wilayah Sidoarjo. Hal tersebut disebabkan karena lingkungan keluarga mampu membentuk sikap mental dan persepsi individu terhadap kewirausahaan. Temuan dari Aulia & Saino (2024) menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 4 Surabaya. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hartanto & Widjaja (2025) pada Gen Z di Jakarta Barat menunjukkan bahwa lingkungan keluarga positif dan signifikan mempengaruhi minat berwirausaha.

#### **H3: Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa**

Temuan oleh Aputra et al. (2022) menyatakan bahwa penggunaan media sosial memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. Sukoningtiyas & Subiyantoro (2023) menghasilkan bahwa penggunaan media sosial yang tepat dan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. Penelitian pada 72 siswa kelas XI IPS SMAN 03 Solok Selatan mengungkapkan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Temuan dari Nadya et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial mahasiswa Universitas Muhammadiyah Muara Bungo berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mereka.

#### **H4: Pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa di SMKN 8 Kota Bekasi**



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha siswa SMKN 8 Kota Bekasi (Noor, 2020). Subjek penelitian adalah siswa SMKN 8 Kota Bekasi yang telah memperoleh mata pelajaran pendidikan kewirausahaan, yaitu siswa kelas XI dan XII. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh siswa kelas XI dan XII SMKN 8 Kota Bekasi yang berjumlah sebanyak 716 siswa. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5%, sehingga menghasilkan 257 responden sebagai sampel penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *probability sampling* melalui metode *simple random sampling*, guna memastikan setiap anggota populasi memperoleh peluang yang setara untuk terpilih sebagai responden (Noor, 2020). Proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang dikembangkan berdasarkan indikator-indikator dari setiap variabel penelitian dengan skala *Likert* 1-5 (Bell et al., 2022). Data yang berhasil terkumpul, diolah dan dianalisis menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 27 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji T, uji F, serta koefisien determinasi dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan (Sujarweni, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner dapat dinyatakan valid atau tidak. Pengujian ini terlebih dahulu diterapkan kepada 30 responden sebelum proses pengambilan data secara menyeluruh dilakukan (Sujarweni, 2020). Hasil dari pengujian tersebut untuk setiap pernyataan pada masing-masing variabel dapat dilihat sebagai berikut:

#### a. Pendidikan Kewirausahaan

Tabel 3. Uji Validitas Pendidikan Kewirausahaan

| Pernyataan | R Hitung | R Tabel | P (Sig.) | Keterangan |
|------------|----------|---------|----------|------------|
| X1.1       | 0,742**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| X1.2       | 0,427*   | 0,361   | 0,019    | Valid      |

| Pernyataan | R Hitung | R Tabel | P (Sig.) | Keterangan |
|------------|----------|---------|----------|------------|
| X1.3       | 0,679**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| X1.4       | 0,458*   | 0,361   | 0,011    | Valid      |
| X1.5       | 0,522**  | 0,361   | 0,003    | Valid      |
| X1.6       | 0,641**  | 0,361   | <,001    | Valid      |

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

b. Lingkungan Keluarga

**Tabel 4. Uji Validitas Lingkungan Keluarga**

| Pernyataan | R Hitung | R Tabel | P (Sig.) | Keterangan |
|------------|----------|---------|----------|------------|
| X2.1       | 0,681**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| X2.2       | 0,628**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| X2.3       | 0,622**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| X2.4       | 0,533**  | 0,361   | 0,002    | Valid      |
| X2.5       | 0,606**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| X2.6       | 0,736**  | 0,361   | <,001    | Valid      |

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

c. Penggunaan Media Sosial

**Tabel 5. Uji Validitas Penggunaan Media Sosial**

| Pernyataan | R Hitung | R Tabel | P (Sig.) | Keterangan |
|------------|----------|---------|----------|------------|
| X3.1       | 0,658**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| X3.2       | 0,372*   | 0,361   | 0,043    | Valid      |
| X3.3       | 0,453*   | 0,361   | 0,012    | Valid      |
| X3.4       | 0,605**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| X3.5       | 0,364*   | 0,361   | 0,048    | Valid      |
| X3.6       | 0,480**  | 0,361   | 0,007    | Valid      |

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

d. Minat Berwirausaha

**Tabel 6. Uji Validitas Minat Berwirausaha**

| Pernyataan | R Hitung | R Tabel | P (Sig.) | Keterangan |
|------------|----------|---------|----------|------------|
| Y.1        | 0,462*   | 0,361   | 0,010    | Valid      |
| Y.2        | 0,575**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| Y.3        | 0,636**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| Y.4        | 0,691**  | 0,361   | <,001    | Valid      |
| Y.5        | 0,711**  | 0,361   | <,001    | Valid      |

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh butir pernyataan pada variabel pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, penggunaan media sosial, dan minat berwirausaha memperoleh nilai R-hitung berkisar antara 0,364 hingga 0,742, yang lebih besar daripada nilai R-tabel (0,361). Dengan demikian, semua butir pernyataan dalam instrumen penelitian ini dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Pengujian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kuesioner yang digunakan mampu menghasilkan data yang konsisten sebagai cerminan dari suatu variabel. Suatu instrumen dapat dikategorikan reliabel apabila jawaban yang diberikan responden terhadap butir-butir pernyataan tetap stabil dan konsisten meskipun

pengukuran dilakukan pada waktu yang berbeda. Selain itu, sebuah variabel juga dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Sujarweni, 2020). Berikut hasil uji reliabilitas pada setiap variabel penelitian:

**Tabel 7. Uji Reliabilitas**

| Variabel                      | Cronbach Alpha | Cronbach's Alpha Standar | Keterangan |
|-------------------------------|----------------|--------------------------|------------|
| Pendidikan Kewirausahaan (X1) | 0,731          | 0,7                      | Reliabel   |
| Lingkungan Keluarga (X2)      | 0,907          | 0,7                      | Reliabel   |
| Penggunaan Media Sosial (X3)  | 0,798          | 0,7                      | Reliabel   |
| Minat Berwirausaha (Y)        | 0,812          | 0,7                      | Reliabel   |

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan tabel 7 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel lebih besar dari 0,70, yang mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen dan dependen dalam model regresi memiliki distribusi yang normal. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam pengujian normalitas adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* satu arah. Penentuan distribusi data normal atau tidak dilakukan berdasarkan nilai signifikansi yang didapatkan. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka data tersebut dianggap berdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai signifikansi < 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Sujarweni, 2020).

**Tabel 8. Kolmogorov-Smirnov  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                          |                         | Unstandardized Residual |
|------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| N                                        |                         | 257                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>         | Mean                    | .0000000                |
|                                          | Std. Deviation          | 2.31647567              |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                | .027                    |
|                                          | Positive                | .025                    |
|                                          | Negative                | -.027                   |
| Test Statistic                           |                         | .027                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>      |                         | .200 <sup>d</sup>       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup> | Sig.                    | .933                    |
|                                          | 99% Confidence Interval |                         |
|                                          | Lower Bound             | .927                    |
|                                          | Upper Bound             | .939                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

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

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Selain itu, hasil *Monte Carlo Sig.* sebesar 0,933 yang juga lebih besar

dari 0,05 semakin memperkuat bahwa distribusi residual dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, model regresi dinilai layak dan dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis serta analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

### Uji Multikolonieritas

Multikolinearitas terjadi ketika terdapat hubungan linear yang sangat kuat, bahkan mendekati sempurna, di antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi (Sujarweni, 2020).

**Tabel 9. Uji Multikolonieritas**

| Model                    | Unstandardized Coefficients |            | Coefficients <sup>a</sup>      |       | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|--------------------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
|                          | B                           | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t     |       | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)             | 3.058                       | 1.210      |                                | 2.527 | .012  |                         |       |
| Pendidikan Kewirausahaan | .338                        | .049       | .369                           | 6.888 | <.001 | .741                    | 1.350 |
| Lingkungan Keluarga      | .126                        | .035       | .178                           | 3.588 | <.001 | .865                    | 1.157 |
| Penggunaan Media Sosial  | .283                        | .047       | .323                           | 6.040 | <.001 | .741                    | 1.349 |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

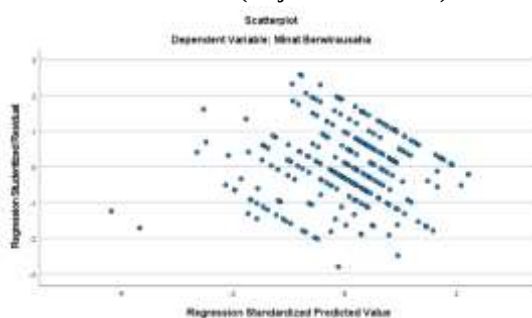
Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan tabel uji multikolinieritas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinieritas. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada masing-masing variabel. Variabel Pendidikan Kewirausahaan memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,741 dan nilai VIF sebesar 1,350. Variabel Lingkungan Keluarga memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,865 dan nilai VIF sebesar 1,157. Sementara itu, variabel Penggunaan Media Sosial memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,741 dan nilai VIF sebesar 1,349.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan seluruh nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi.

### Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap pola penyebaran titik pada grafik *Scatterplot*. Apabila titik-titik pada grafik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas. Selain itu, apabila titik-titik data tersebar secara acak dan tidak menunjukkan pola yang jelas, maka model regresi dapat dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas (Sujarweni, 2020).



**Gambar 2. Grafik Scatterplot**

Berdasarkan grafik *scatterplot* pada uji heteroskedastisitas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, menyempit, maupun melebar. Penyebaran titik yang tidak beraturan tersebut menunjukkan bahwa varians residual pada model regresi bersifat konstan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

### Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, uji regresi juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Model regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut (Sujarweni, 2020):

**Tabel 10. Uji Regresi Linier Berganda**

| Model                    | Unstandardized Coefficients |            | Coefficients <sup>a</sup>      | t     | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|--------------------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
|                          | B                           | Std. Error | Standardized Coefficients Beta |       |       | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)             | 3.058                       | 1.210      |                                | 2.527 | .012  |                         |       |
| Pendidikan Kewirausahaan | .338                        | .049       | .369                           | 6.888 | <.001 | .741                    | 1.350 |
| Lingkungan Keluarga      | .126                        | .035       | .178                           | 3.588 | <.001 | .865                    | 1.157 |
| Penggunaan Media Sosial  | .283                        | .047       | .323                           | 6.040 | <.001 | .741                    | 1.349 |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan tabel 10, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Nilai konstanta sebesar 3,058 menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel tersebut bernilai nol, maka minat berwirausaha diprediksi sebesar 3,058. Secara spesifik, setiap peningkatan satu satuan pada variabel pendidikan kewirausahaan ( $\beta = 0,338$ ) akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,338 satuan atau sebesar 33,8%. Sementara itu, variabel lingkungan keluarga ( $\beta = 0,126$ ) memberikan kontribusi peningkatan sebesar 12,6% untuk setiap kenaikan satu satuan. Adapun penggunaan media sosial ( $\beta = 0,283$ ) berkontribusi terhadap peningkatan minat berwirausaha sebesar 28,3%.

### Uji T

Uji T merupakan pengujian terhadap koefisien regresi masing-masing variabel secara terpisah, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Rukajat, 2018).

**Tabel 11. Uji T**

| Model                    | Unstandardized Coefficients |            | Coefficients <sup>a</sup>      | t     | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|--------------------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
|                          | B                           | Std. Error | Standardized Coefficients Beta |       |       | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)             | 3.058                       | 1.210      |                                | 2,527 | .012  |                         |       |
| Pendidikan Kewirausahaan | .338                        | .049       | .369                           | 6,888 | <,001 | ,741                    | 1.350 |
| Lingkungan Keluarga      | .126                        | .035       | .178                           | 3,588 | <,001 | ,865                    | 1.157 |
| Penggunaan Media Sosial  | .283                        | .047       | .323                           | 6.040 | <,001 | 741                     | 1.349 |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini ditunjukkan oleh nilai T-hitung masing-masing variabel yang lebih besar daripada nilai T-tabel (1,969) serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Pendidikan kewirausahaan memiliki nilai T-hitung sebesar 6,888 ( $p < 0,001$ ), lingkungan keluarga sebesar 3,588 ( $p < 0,001$ ), dan penggunaan media sosial sebesar 6,040 ( $p < 0,001$ ).

## Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi persamaan yang digunakan, serta untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Setelah dilakukan Uji F hitung keputusan Uji F nya sebagai berikut (Rukajat, 2018).

**Tabel 12. Uji F**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |     |             |        |                    |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|--------------------|
|                    | Model      | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.               |
| 1                  | Regression | 1186.763       | 3   | 395.588     | 72.856 | <.001 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 1373.711       | 253 | 5.430       |        |                    |
|                    | Total      | 2560.475       | 256 |             |        |                    |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial, Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F-hitung sebesar 72,856 yang lebih besar daripada nilai F-tabel sebesar 2,64, dengan tingkat signifikansi  $p < 0,001$ . Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui persentase perubahan variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , maka semakin besar pula persentase perubahan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Sebaliknya, semakin rendah nilai  $R^2$ , maka semakin kecil persentase perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

**Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .681 <sup>a</sup> | .463     | .457              | 2.33017                    |

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial, Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang ditunjukkan pada tabel, diperoleh nilai R Square sebesar 0,463 atau 46,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial mampu menjelaskan sebesar 46,3% variasi minat berwirausaha. Sementara itu, sisanya sebesar 53,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini.

## **Pembahasan**

Pembahasan ini berfokus pada konteks SMKN 8 Kota Bekasi yang telah menerapkan pendidikan kewirausahaan melalui mata pelajaran kewirausahaan serta berbagai kegiatan praktik bisnis untuk mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan peserta didik. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, seluruh variabel independen, yaitu pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial, terbukti berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha siswa SMKN 8 Kota Bekasi. Urutan pengaruh dari yang paling kuat hingga paling lemah adalah pendidikan kewirausahaan (0,338), penggunaan media sosial (0,283), dan lingkungan keluarga (0,126), dengan masing-masing tingkat signifikansi  $< 0,05$ . Temuan ini menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan, dukungan keluarga, serta pemanfaatan media sosial memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan minat berwirausaha siswa SMKN 8 Kota Bekasi.

### **H1: Pendidikan kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMKN 8 Kota Bekasi**

Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan mampu meningkatkan pengetahuan, kreativitas, dan motivasi siswa dalam memahami serta menjalankan suatu usaha. Pembelajaran kewirausahaan yang disampaikan melalui materi dan praktik bisnis membantu siswa membangun rasa percaya diri serta keberanian dalam mengambil risiko untuk memulai usaha secara mandiri. Temuan ini sejalan dengan penelitian Marshanda et al. (2025), Triadi et al. (2024), Sore et al. (2024), Putri & Saputra (2023), dan Nabila et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam meningkatkan minat berwirausaha siswa.

### **H2: Lingkungan keluarga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMKN 8 Kota Bekasi**

Dukungan keluarga menjadi faktor penting dalam membentuk motivasi, rasa percaya diri, dan keberanian siswa dalam menjalankan usaha. Lingkungan keluarga yang memberikan bimbingan, perhatian, serta teladan terkait dunia usaha mampu mendorong siswa untuk lebih tertarik dalam berwirausaha. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Hartanto & Widjaja (2025), Harefa & Sirine (2025), Rifaldi et al. (2024), Firdausi et al. (2024), Aulia & Saino (2024) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha siswa.

### **H3: Penggunaan media sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMKN 8 Kota Bekasi**

Siswa memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperoleh informasi bisnis, mempromosikan produk, serta mengidentifikasi peluang usaha di era digital. Selain itu, media sosial juga membantu siswa mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam menciptakan ide-ide bisnis dengan biaya yang relatif rendah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Yanti et al. (2024), Nadya et al. (2024), Sukoningtiyas & Subiyantoro (2023), Hasibuan & Harahap (2023), dan Aputra et al. (2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

### **H4: Pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial secara simultan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMKN 8 Kota Bekasi**

Hasil ini membuktikan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama memengaruhi minat berwirausaha siswa. Model penelitian ini mampu menjelaskan sebesar 46,3% variasi minat berwirausaha, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya peran sekolah dalam

mengembangkan pendidikan kewirausahaan yang lebih kreatif dan berbasis praktik, dukungan keluarga dalam membangun motivasi siswa, serta pemanfaatan media sosial secara positif sebagai sarana pengembangan usaha dan pembelajaran bisnis di era digital.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa di SMKN 8 Kota Bekasi. Pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh paling besar dalam membentuk minat berwirausaha siswa dibandingkan variabel yang lain. Temuan ini mendukung tujuan penelitian, yaitu untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong minat berwirausaha siswa.

Implikasi dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi sekolah untuk mengembangkan pendidikan kewirausahaan yang lebih kreatif dan berbasis praktik, mendorong peran keluarga dalam memberikan motivasi kepada siswa, serta meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembelajaran dan promosi usaha di era digital. Namun, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu sekolah dan hanya menggunakan tiga variabel independen. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, menambahkan variabel lain seperti efikasi diri, motivasi, dan literasi digital, serta menggunakan metode penelitian yang lebih beragam agar diperoleh hasil yang lebih menyeluruh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A., & Uhiyati, N. (2018). *Ilmu Pendidikan* (3 ed.). Rineka Cipta.
- Alma, B. (2024). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum* (26 ed.). Alfabeta.
- Aputra, A., Sukmawati, S., & Aziz, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *Tata Kelola*, 9(1), 106–125. <https://doi.org/10.52103/jtk.v9i1.875>
- Aulia, D. R., & Saino, S. (2024). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha di SMK NEGERI 4 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 86–93.
- Badan Pusat Statistik. (2025a). *Tingkat Pengangguran Terbuka menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Provinsi Jawa Barat (Persen), 2025*. <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/ODQxIzI=/tingkat-pengangguran-terbuka-menurut-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan-di-provinsi-jawa-barat.html>
- Badan Pusat Statistik. (2025b). *Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Provinsi (Persen), 2025*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTQzIzI=/tingkat-pengangguran-terbuka--agustus-2025.html>
- Bandura, A. (2023). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective on Human Nature. In *John Wiley & Sons, Inc. John Wiley & Sons, Inc.* <https://doi.org/10.1002/9781394259069>
- Basrowi. (2016). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Ghalia Indonesia.
- Bell, E., Harley, B., & Bryman, A. (2022). *Business research methods* (6 ed.). Oxford university press.
- Firdausi, R. R., Setiyono, W. P., & Sriyono, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Lingkungan Keluarga dan Love Of Money Terhadap Minat Wirausaha Gen-Z Wilayah Kabupaten Sidoarjo. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(2), 526–535.
- Harefa, P. K., & Sirine, H. (2025). Pengaruh Self Efficacy dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa yang Kuliah Sambil Bekerja dengan Norma Subjektif sebagai Variabel Moderasi. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 886–903. <https://doi.org/https://doi.org/10.62710/arz5p806>

- Hartanto, J. C., & Widjaja, O. H. (2025). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(3), 927–936. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v7i3.34635>
- Hasibuan, S., & Harahap, Z. C. M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.65510/jieb.v1i2.30>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10 ed.). McGraw-Hill.
- Kemdikbud. (2024). *Kecakapan Berwirausaha Tingkatkan Kebekerjaan Lulusan SMK*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2024/11/kecakapan-berwirausaha-tingkatkan-kebekerjaan-lulusan-smk>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education.
- Marshanda, O. P., Gusnardi, G., & Riadi, R. M. (2025). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau). *JiIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(7), 8473–8482. <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v8i7.8342>
- Nabila, P., Eryanto, H., & Usman, O. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 16 Jakarta. *Berajah Journal*, 3(1), 155–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.47353/bj.v3i1.208>
- Nadya, W. A., Agrita, T. W., Prasetyo, O. D., Fauziah, F., & Muazza, M. (2024). Pengaruh Kreativitas dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Muara Pendidikan*, 9(2), 344–349. <https://doi.org/https://doi.org/10.52060/mp.v9i2.2387>
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (3 ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Nengrum, A. P. H., Mawardi, M. C., & Anwar, S. A. (2024). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating. *e\_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 13(01), 224–234.
- Noor, H. R. Z. Z. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif: petunjuk praktis untuk penyusunan skripsi, tesis, dan disertasi: tahun 2015*. Deepublish.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi (Strategi Sukses Membangun Karakter dan Kelola Usaha)*. Pustaka Pelajar.
- Putri, A. A., & Subiyantoro, H. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, dan Dukungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha (Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Angakatan 2020). *Jurnal Economina*, 3(8), 874–887.
- Putri, Y. M. D., & Saputra, A. (2023). Pengaruh kreativitas, pendidikan kewirausahaan, dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kota Batam. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(1), 284–303. <https://doi.org/https://doi.org/10.52644/joeb.v12i1.128>
- Rifaldi, M., Sudaryanti, D., & Junaidi, J. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Malang dan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. *e\_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 13(01), 425–433.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach* (1 ed.). Deepublish.
- Setyaki, E., & Sugiyanto. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(4), 277–294. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/profit.v2i4.1388>
- Slameto. (2018). *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (9 ed.). Rineka Cipta.
- Sore, A. D., Fitriani, M. S., & Suriyanti, Y. (2024). Pengaruh Locus of Control dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha di Era Society 5.0 Pada Mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 9(1), 240–250. <https://doi.org/https://doi.org/10.31932/jpe.v9i1.3361>
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi* (1 ed.). Pustaka Baru Press.
- Sukoningtiyas, A., & Subiyantoro, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi

- Pendapatan Dan Locus Of Control Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. *Jurnal Economina*, 2(9), 2339–2452. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.826>
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (4 ed.). Salemba Empat.
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.31963/jba.v2i1.3432>
- Triadi, D., Malau, R., & Wadani, J. (2024). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, praktik kewirausahaan, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha siswa di SMAN Negeri 4 Palangka Raya. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 6(1), 112–127.
- Yanti, R. I., Ramayani, C., & Eprillison, V. (2024). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Media Sosial, Kepribadian, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Berwirausaha Sebagai Variabel Intervening Siswa Kelas XI IPS SMA N 03 Solok Selatan Tahun Ajaran 2022/2023. *Jurnal Horizon Pendidikan*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.22202/horizon.v4i1.7032>