



Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha dengan Literasi Keuangan Sebagai Mediator

Ida Ad'hiah^{a,1}, Pupu Saeful Rahmat^{a,2}, Yeyen Suryani^{a,3}

^a Universitas Kuningan, Indonesia

¹ adyaadhiah@gmail.com*; ² pupu.saeful.rahmat@uniku.ac.id; ³ yeyen.suryani@uniku.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Received, Mei 2024

Accepted, Mei 2024

Published, Juni 2024

Kata Kunci:

Pendidikan Kewirausahaan,

Media Sosial, Intensi

Berwirausaha, Literasi

Keuangan.

Cara Mengutip:

Rahma, M., Amrullah, M. (2024). Analisis Penerapan Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila Terhadap Sikap Religius Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, 12 Special Issue(1), pp 88-100.

Abstrak

Kewirausahaan menjadi kunci dalam menciptakan inovasi dan lapangan kerja yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Akan tetapi permasalahannya adalah rendahnya intensi berwirausaha pada masyarakat, dimana intensi berwirausaha berfungsi sebagai indikasi awal seseorang bertindak sebagai wirausahawan atau tidak, dan menunjukkan bagaimana seseorang berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan intensi berwirausahaan mahasiswa Program Studi Manajemen FEB Universitas Kuningan dan juga mengetahui bagaimana pendidikan kewirausahaan dan media sosial mempengaruhi intensi berwirausaha melalui literasi keuangan sebagai mediator. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan survei terhadap mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Manajemen FEB Universitas Kuningan angkatan 2020-2021 yang berjumlah 812 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan angket kepada mahasiswa Manajemen FEB Universitas Kuningan angkatan 2020-2021. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian adalah random sampling, dengan jumlah mahasiswa yang dipilih sebanyak 268 siswa. Temuan penelitian ini mengungkapkan tiga poin utama: pertama, pendidikan kewirausahaan berdampak positif dan signifikan meningkatkan intensi berwirausaha; kedua, media sosial berperan positif dan signifikan dalam mendorong intensi berwirausaha; ketiga, literasi keuangan bertindak sebagai faktor mediasi antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha; keempat, literasi keuangan menjadi mediator antara media sosial dan intensi berwirausaha. Untuk meningkatkan intensi berwirausaha dapat dilakukan pelatihan, seminar, workshop literasi keuangan, literasi digital serta kewirausahaan.

Abstract

Entrepreneurship is the key to creating innovation and employment that can drive a country's economic growth. However, the problem is the low entrepreneurial intention in society, where entrepreneurial intention serves as an early indication of a person acting as an entrepreneur or not, and shows how a person tries hard to achieve their goals. This study aims to describe the entrepreneurial intention of students of Management Study Programme FEB Kuningan University and also to find out how entrepreneurship education and social media affect entrepreneurial intention through financial literacy as a mediator. This research is a quantitative study with a survey of students. The population in this study were all 812 students of FEB Management, University of Kuningan class of 2020-2021. Data collection was carried out by distributing questionnaires to students of FEB Management, University of Kuningan class of 2020-2021. The sample technique used in the study was random sampling, with the number of students selected as many as 268 students. The findings of this study reveal three main points: first, entrepreneurship education has a positive and significant impact on increasing entrepreneurial intention; second, social media plays a positive and significant

role in encouraging entrepreneurial intention; third, financial literacy acts as a mediating factor between entrepreneurship education and entrepreneurial intention; fourth, financial literacy mediates between social media and entrepreneurial intention. To increase entrepreneurial intention, training, seminars, workshops on financial literacy, digital literacy and entrepreneurship can be conducted.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah bidang yang menarik dan penting dalam dunia bisnis. Dalam era globalisasi dan perubahan yang cepat, kewirausahaan menjadi kunci untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan lapangan kerja. Berwirausaha ialah tindakan kreativitas mengambil suatu entitas yang tidak bernilai dan membentuknya menjadi sesuatu yang bernilai melalui ketekunan, kemandirian, pengambilan risiko, dan menaklukkan tantangan. (Puspitaningsih, 2016 dalam Djohan, 2021). Dalam konteks ekonomi, kewirausahaan memiliki dampak yang signifikan. Melalui inovasi dan kreasi lapangan kerja, kewirausahaan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Pemerintah menganjurkan masyarakat Indonesia memulai untuk melakukan wirausaha alih-alih mencari pekerjaan yang jumlahnya sedikit. Wirausaha adalah salah satu solusi yang dianggap tepat dalam menanggulangi pengangguran yang terjadi saat ini, dengan wirausaha maka tingkat pengangguran setidaknya mengalami penurunan. Menurut Norman M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:5) bahwa wirausaha adalah “ *An entrepreneur is one who creates a new business in the face of risk and uncertainty for the purpose of achieving profit and growth by identifying opportunities and assembling the necessary resources to capitalize on those opportunities* ” artinya bahwa seorang wirausaha ialah orang yang mampu menciptakan bisnis dengan berani mengambil resiko dan ketidakpastian untuk mendapatkan keuntungan serta pertumbuhan dan ia mampu untuk mengambil peluang-peluang yang ada juga mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Dikutip dari Sulaningsih (2015) bahwa sejak tahun 1997, Dikti telah mendukung kewirausahaan di perguruan tinggi melalui program pengembangan kewirausahaan. Kuliah Kewirausahaan (KWU), Kuliah Kerja Usaha (KKU), Konsultasi Bisnis dan Penempatan Kerja (KBPK), Magang Kewirausahaan (MKU), dan Inkubator Wirausaha Baru (INWUB) adalah beberapa program yang termasuk dalam kategori ini. Selain itu, Dikti memberikan program kreativitas mahasiswa (PKM) yang memungkinkan siswa berkreasi dalam berbagai bidang, seperti penelitian, ide tertulis, karya ilmiah, penggunaan teknologi, karsa cipta, kewirausahaan dan pengabdian kepada masyarakat.

Dari beberapa universitas di Indonesia, Universitas Kuningan secara aktif mengembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswanya. Untuk mendukung intensi dan bakat mahasiswa dalam kewirausahaan, Universitas Kuningan memiliki Kantor Pusat Pengembangan Kewirausahaan (KP2K) dan UKM Kewirausahaan. Selain itu, Universitas Kuningan menawarkan inkubator kewirausahaan untuk membantu mahasiswa yang sudah memiliki usaha atau berminat dalam bidang tersebut, mahasiswa juga akan dibimbing untuk dapat mengembangkan produk-produknya hingga layak jual di toko-toko.

Namun yang menjadi permasalahan sekarang adalah rendahnya intensi berwirausaha pada masyarakat, yang mana intensi berwirausaha ini berfungsi sebagai indikasi awal apakah seseorang akan bertindak sebagai wirausahawan atau tidak, dan menunjukkan bagaimana seseorang berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan mereka. (Seni & Ratnadi, 2017), (Iwu *et al.*, 2019), (Khalifa & Dhiaf, 2016), (Ciuchta & Finch, 2019) dalam Rastiti (2023). Berdasarkan survei yang dilakukan pada mahasiswa manajemen FEB universitas Kuningan ada sebanyak 60 %

mahasiswa yang menginginkan pegawai/karyawan setelah lulus dari universitas, 10 % menjadi PNS, 10 % untuk melanjutkan studi S2, dan 20 % menjadi wirausaha. Dalam Wiratno (2012) bahwa temuan Survei Penelitian dan Pengembangan Grup Media yang didokumentasikan dalam Editorial Media Indonesia tanggal 30 April 2007 dengan judul “Rendahnya Minat Menjadi Wirausaha” menunjukkan bahwa semangat masyarakat Indonesia – termasuk lulusan perguruan tinggi – untuk terjun dalam dunia wirausaha masih rendah. Temuan ini konsisten dengan temuan angkatan kerja nasional dari tahun 2001 hingga 2006 (Balitbang, 2010) menunjukkan bahwa file konfigurasi angkatan kerja Indonesia memang didominasi oleh pekerja. Di antara total 25 juta pekerja, ada berapa orang kurang dari satu dari lima orang menjadi wirausaha. Ketika ditanya dalam survei yang sama, “kebanyakan orang Indonesia ingin seperti apa ? Jawabannya 70% ingin jadi PNS, hanya 20% yang mau jadi wirausaha. Artinya dari data tersebut menunjukkan bahwa keinginan dalam berwirausaha masih sangat rendah. Hal ini juga di perkuat dari beberapa penelitian sebelumnya yang mempunyai intensi wirausaha rendah di beberapa daerah, penelitian Rastiti (2023) mengatakan hasil obeservasi yang ia dapatkan dari siswa berasal dari tiga sekolah kejuruan masih tergolong cukup rendah.

Dari hasil data dari KPPK (2023) diperoleh bahwa mahasiswa yang memiliki usaha cenderung rendah, hal ini dibuktikan dengan data berikut ini:

Tabel 1. Mahasiswa Prodi Manajemen yang Mempunyai Bisnis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

No	Angkatan	Jumlah Wirausaha
1	2020	4
2	2021	20

(Sumber: Data Kantor Pusat Pengembangan Kewirausahaan 2023)

Berdasarkan data di atas, dari jumlah 812 mahasiswa, yang mempunyai wirausaha sebanyak 24 mahasiswa atau dalam persentase ada sebanyak 2,95% mahasiswa Manajemen dari angkatan 2020-2021 yang memiliki wirausaha. Sedangkan Teten Masduki (2023), Menteri Koperasi dan UKM (MenKopUKM), menegaskan bahwa untuk menjadi negara maju pada tahun 2045, Indonesia harus memiliki persentase wirausaha yang tinggi, pengusaha, dan wirausaha setidaknya 4 persen dari total penduduk. Sehingga tentu angka ini masih cukup terbilang kecil atau belum terpenuhi.

Melihat pemaparan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Mediator (Survei pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020-2021 Universitas Kuningan)”.

Bertitik tolak dari hal di atas, maka hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ = Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Intensi Berwirausaha mahasiswa
- H₂ = Media Sosial berpengaruh positif terhadap Intensi Berwirausaha mahasiswa
- H₃ = Literasi Keuangan memediasi Pendidikan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha mahasiswa
- H₄ = Literasi Keuangan memediasi Media Sosial terhadap Intensi Berwirausaha mahasiswa

TINJAUAN PUSTAKA

Intensi berwirausaha memegang peran penting dalam mengembangkan kewirausahaan. Seperti yang diungkapkan oleh Bird (1988) dalam Mac'ias (2023), intensi merujuk pada "keadaan pikiran yang mengarahkan perhatian seseorang (dan dengan demikian pengalaman dan tindakan) ke arah objek tertentu (tujuan) atau jalur untuk mencapai sesuatu (sarana)". Sementara itu, intensi berwirausaha, sebagaimana didefinisikan oleh Katz dan Gartner (1988) dalam Wibowo dan Pramudana (2016), melibatkan proses mencari informasi untuk mencapai tujuan bisnis. Peluang mencapai tujuan tersebut meningkat dengan meningkatnya dedikasi dari individu tersebut.

Dalam meningkatkan intensi berwirausaha ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhinya, di antaranya adalah pendidikan kewirausahaan, media sosial, dan literasi keuangan. Pendidikan kewirausahaan adalah perkuliahan wajib di berbagai perguruan tinggi di Indonesia dalam upaya menanamkan perilaku dan jiwa usaha terhadap mahasiswa melalui pengintegrasian kurikulum terutama dalam pendidikan kewirausahaan, dengan begitu mahasiswa diharapkan mempunyai pemikiran yang kreatif serta mampu menciptakan sesuatu yang baru, produktif, inovatif yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Dalam ini, pendidikan kewirausahaan merupakan suatu bentuk pengalaman belajar mahasiswa selama mengikuti mata kuliah kewirausahaan, sehingga selama mengikuti perkuliahan mahasiswa dapat memiliki berbagai pengalaman mulai dari menentukan peluang usaha, ide-ide kreatif, inovasi, dan pengalaman lainnya. Pendidikan kewirausahaan merupakan proses yang melibatkan pengajaran sikap dan nilai terhadap kewirausahaan guna memfasilitasi perolehan pengetahuan yang mandiri, kreatif, dan praktis, serta memberikan pengalaman dan bekal berwirausaha. (Hati 2017 dalam Hidayat 2020). Melalui pendidikan kewirausahaan, mahasiswa akan mendapatkan bekal terkait ilmu pengetahuan terkait berwirausaha mulai dari apa itu wirausaha, apa yang harus dilakukan oleh seorang wirausaha, perilaku wirausaha serta motivasi dan praktik dalam memulai berwirausaha. Sehingga dengan diberikannya pendidikan kewirausahaan kepada para mahasiswa akan menumbuhkan intensi wirausaha pada mahasiswa.

Media sosial hari ini bukan lagi sebatas untuk ber kirim pesan melainkan banyak konten-konten beragam yang bisa menjadi input bagi pengetahuan setiap penggunanya, begitupun dengan konten kewirausahaan dan iklan-iklan produk yang berseliweran di media sosial. Dengan banyaknya konten-konten terkait kewirausahaan dan mudahnya orang untuk memasarkan produknya melalui media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, Twitter, Tiktok dan aplikasi jualan online, dianggap sebagai solusi komunikasi dua arah yang dapat menyatukan pengguna dan menghilangkan hambatan komunikasi media dan lokasi (Hasan et al., 2022 dalam Latifah dkk, 2023), maka hal ini media sosial juga bisa menjadi faktor untuk dapat menumbuhkan intensi seseorang dalam melakukan wirausaha. Dikutip dalam GramediaBlog, menurut BK Lewis dalam bukunya yang dirilis pada tahun 2010 berjudul *Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students*, "media sosial adalah istilah yang mengacu pada teknologi digital yang dapat memungkinkan setiap orang untuk berinteraksi, membuat konten, dan berbagi pesan". Sedangkan dalam buku Chris Brogan (2010) yang berjudul *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business*, "media sosial dianggap sebagai alat komunikasi yang memungkinkan banyak cara baru untuk berinteraksi satu sama lain. Media sosial juga dapat dipahami sebagai platform digital yang memberikan semua penggunanya kesempatan untuk melakukan aktivitas sosial". Media sosial merupakan langkah strategis karena memiliki pengaruh yang luas terhadap merek. Pengaruh ini dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan membentuk produk atau layanan yang ditawarkan (Xu et al., 2020). Di Indonesia, jumlah pengguna internet yang cukup besar, terutama di media sosial, memberikan peluang yang sangat berharga bagi berbagai pihak untuk menjalankan bisnis online (Setiawan et al., 2023). Hasilnya, media sosial terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih besar dan menarik lebih

banyak pelanggan melalui strategi pemasaran yang beragam. Penelitian oleh Salsabila dkk. (2023) menunjukkan bahwa media sosial memberikan dampak langsung yang positif dan signifikan terhadap intensitas kewirausahaan mahasiswa. Di sisi lain, penelitian oleh Fernando dan Handoyo (2022) menunjukkan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola dan membuat keputusan secara bijak terkait dengan keuangan yang dimiliki. Seseorang dengan literasi keuangan yang baik akan cenderung mengelola keuangannya dengan semaksimal mungkin dan berpikir untuk dapat membuat profit dari keuangan yang ada saat ini, sehingga hal ini dapat memunculkan intensi berwirausaha. Alshebami dan Al Marri (2022) menyebutkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat dengan mudah mengembangkan keterampilan manajemen risiko yang diperlukan, mengidentifikasi peluang bisnis yang tersedia, memperoleh pengetahuan pasar yang lebih luas, mengelola uang dengan lebih efisien, dan membuat keputusan keuangan yang lebih baik, yang semuanya penting.

Pendidikan kewirausahaan dapat menumbuhkan literasi keuangan sehingga meningkatkan intensi mahasiswa untuk berwirausaha. Mahasiswa dengan pemahaman yang baik tentang konsep-konsep keuangan, manajemen risiko, dan strategi bisnis dapat lebih memahami bagaimana merencanakan, mendanai, dan mengelola bisnis karena mereka dapat menggunakan apa yang mereka ketahui tentang keuangan dalam praktik merencanakan, mendanai, dan mengelola bisnis. Selain itu, memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan membantu mahasiswa menemukan peluang pasar, mengelola keuangan dengan bijak, dan memahami risiko yang terkait dengan berwirausaha.

Media sosial sangat memengaruhi intensi berwirausaha mahasiswa melalui literasi keuangan. Platform ini memungkinkan mahasiswa memperoleh pengetahuan melalui konten-konten yang mengedukasi, diskusi terkait keuangan, serta berbagai pengalaman lainnya terkait dengan keuangan. Dengan literasi keuangan maka meningkatkan kesadaran akan peluang bisnis dan keterampilan manajemen risiko serta pengetahuan pasar yang diperlukan untuk mengembangkan kewirausahaan dan keuntungan bisnis (Hilgert *et al.*, 2003 dalam Alshebami dan Al Marri, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan dalam studi ini adalah survei. Metode ini dipilih untuk mengumpulkan data dari lingkungan alami yang spesifik (bukan buatan), di mana peneliti melakukan pengumpulan data melalui prosedur seperti penyebaran kuesioner dan wawancara. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau survei yang menggunakan skala likert, di mana skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, yang berlaku untuk pernyataan positif dan negatif.

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan empat variabel, yaitu:

- a. Variabel X1 (variabel bebas) : Pendidikan Kewirausahaan
- b. Variabel X2 (variabel bebas) : Media Sosial
- c. Variabel M (variabel mediasi): Literasi Keuangan
- d. Variabel Y (variabel terikat) : Intensi Berwirausaha

Menurut Indrianto dan Supomo (1999: 63-66), yang menyatakan bahwa:

- a. *Variabel Independen* adalah jenis variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain.

- b. Variabel terikat (*dependent variabel*) adalah jenis variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas.
- c. Variabel Mediasi (variabel antara) merupakan jenis variabel yang terletak diantara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tersebut tidak menjelaskan atau mempengaruhi secara langsung terhadap variabel terikat.

Untuk mempermudah proses tersebut, penulis menguraikan konsep-konsep empiris menjadi indikator-indikator, yang berfungsi sebagai panduan item-item dan instrumen penelitian untuk setiap variabel. Rincian indikator-indikator tersebut dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Pendidikan Kewirausahaan (X ₁)	Pendidikan kewirausahaan adalah suatu proses yang melibatkan pengajaran nilai-nilai dan sikap terhadap kewirausahaan guna memfasilitasi perolehan pengetahuan yang mandiri, kreatif, dan praktis, serta memberikan pengalaman dan bekal berwirausaha. Hati (2017)	1. Memberikan peluang untuk meningkatkan potensi kreativitas dan inovasi siswa. 2. Mengubah perspektif siswa tentang tujuan dan orientasi pendidikan mereka untuk menjadi pegawai negeri. 3. Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya. Herianto (2020)	Angket skala likert 5 option 1.Pernyataan positif SS/SL = 5 S/S = 4 R/KK = 3 TS/J = 2 STS/TP = 1 2.Pernyataan negatif SS/SL = 1 S/S = 2
Media Sosial (X ₂)	Media sosial dianggap sebagai alat komunikasi yang memungkinkan berbagai cara baru untuk berinteraksi satu sama lain. Media sosial juga dapat dipahami sebagai platform digital yang memberikan semua penggunanya kesempatan untuk melakukan aktivitas sosial. Chris Brogan (2010)	1. Frekuensi penggunaan media sosial; 2. Kemudahan untuk mengoprasikan penggunaan media sosial; 3. Manfaat penggunaan media sosial; 4. Keefektifan penggunaan media sosial; dan 5. Kemampuan peserta didik untuk menggunakan media sosial. Afriani (2016)	R/KK = 3 TS/J = 4 STS/TP = 5
Literasi Keuangan (M)	literasi keuangan adalah serangkaian proses atau kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat menuju pengelolaan keuangan yang sehat dan hati-hati. Otoritas Jasa Keuangan (OJK)	1. Pengetahuan keuangan umum 2. Tabungan dan pinjaman 3. Asuransi 4. Investasi Chen dan Volpe (1998)	
Intensi Berwirausaha (Y)	Intensi adalah komponen internal individu yang mengacu pada keinginan	1. Mengembangkan diri dalam berwirausaha 2. Memilih karir wirausaha 3. Menjalin kerjasama untuk	

untuk melakukan perilaku tertentu.	memulai
Fishbein dan Ajzen (1975)	4. Mencari peluang 5. Memperluas jaringan dengan para pengusaha.
	Linan (2008)

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh mahasiswa prodi manajemen FEB angkatan 2020-2021 di Universitas Kuningan yang berjumlah 812 mahasiswa. Dengan menggunakan rumus Slovin, sampel yang ditentukan berjumlah 268 mahasiswa.

Pengumpulan data penelitian dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala likert yang memiliki lima opsi jawaban. Untuk memastikan instrumen yang digunakan valid dan reliabel, dilakukan pengujian menggunakan *Cronbach's alpha*. Selanjutnya, analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis mediasi dan beberapa uji asumsi klasik, seperti uji normalitas dan multikolinieritas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dari empat variabel yang dianalisis dengan menggunakan Program SPSS, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	M	Y
N		268	268	268	268
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	53.9627	70.6269	50.9142	67.5410
	Std. Deviation	4.42314	7.03248	7.01070	7.57646
Most Extreme Differences	Absolute	.116	.093	.078	.085
	Positive	.116	.093	.078	.084
	Negative	-.079	-.060	-.041	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		1.899	1.529	1.277	1.392
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100	.119	.177	.141

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan output pada tabel diatas, uji normalitas dengan metode *Kolmogrov-Smirnov* diatas dapat kita lihat bahwa dimana nilai *Asymp. Sig* pada X₁ (Pendidikan Kewirausahaan), X₂ (Media Sosial), M (Literasi Keuangan), dan Y (Intensi Berwirausaha) $\geq 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test*, maka nilai residual terstandarisasi berdistribusi “ normal “.

Uji multikolinieritas ini menentukan ada tidaknya hubungan linier antar variabel independen. Hasil uji multikolinieritas menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF) dengan program aplikasi pengolah data *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) dapat dijelaskan pada tabel dan pembahasan berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.495	3.880		1.674	.095		
	Pendidikan_Kewirausahaan_X1	.304	.106	.177	2.874	.004	.448	2.230
	Media_Sosial_X2	.354	.065	.328	5.419	.000	.466	2.148
	Literasi_Keuangan_M	.387	.056	.358	6.924	.000	.639	1.564

a. Dependent Variable: Intensi_Berwirausaha_Y

Terlihat dari hasil perhitungan menggunakan SPSS diperoleh nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk variabel X₁ (Pendidikan Kewirausahaan) sebesar 2,230, untuk variabel X₂ (Media Sosial) sebesar 2,148, dan untuk variabel M (Literasi Keuangan) sebesar 1,564. Nilai-nilai VIF menunjukkan VIF < 10, maka dapat dikatakan tidak terdapat multikolinieritas.

Berdasarkan hasil uji statistik diatas, maka pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan uji regresi mediasi melalui aplikasi pengolah data statistik SPSS, dan hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Rekap Uji Regresi Mediasi

Persamaan	Regresi	Koef. Regresi	Sig.	Simpulan
I	X ₁ → Y	c = 0,613	0,000	Signifikan
II	X ₁ → M	a = 0,566	0,000	Signifikan
III	X ₁ , M → Y	b = 0,426	0,000	Signifikan
		c' = 0,372	0,000	Signifikan

Hasil analisis menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu $\alpha = 0,05$. Nilai "*beta*" dihitung sebesar 0,613. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa "pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha" diterima.

Hasil analisis juga ditemukan bahwa pendidikan kewirausahaan signifikan terhadap intensi berwirausaha setelah dimediasi oleh literasi keuangan, dengan nilai signifikansi $0,000 > \alpha = 0,05$ dan berkurangnya koefisien regresi (*c'*) = 0,372. Sehingga *direct effect c'* sebesar 0,372 lebih kecil dari *c* = 0,613. Yang artinya model ini termasuk *partial mediation* atau memediasi sebagian, dimana pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap intensi berwirausaha baik secara langsung atau tidak langsung melalui literasi keuangan. Artinya H₃ yang menyatakan bahwa "literasi keuangan memediasi pendidikan terhadap intensi berwirausaha" diterima.

Tabel 6. Hasil Rekap Uji Regresi Mediasi

Persamaan	Regresi	Koef. Regresi	Sig.	Simpulan
I	X ₂ → Y	c = 0,649	0,000	Signifikan
II	X ₂ → M	a = 0,543	0,000	Signifikan
III	X ₂ , M → Y	b = 0,403	0,000	Signifikan
		c' = 0,430	0,000	Signifikan

Hasil analisis menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu $\alpha = 0,05$. Nilai "*beta*" yang dihitung adalah 0,649.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa "penggunaan media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha" dapat diterima.

Hasil analisis juga ditemukan media sosial signifikan terhadap intensi berwirausaha setelah dimediasi oleh literasi keuangan, dengan nilai signifikansi $0,000 > \alpha = 0,05$ dan berkurangnya koefisien regresi (c') = 0,430. Sehingga *direct effect c'* sebesar 0,430 lebih kecil dari $c = 0,649$. Yang artinya model ini termasuk *partial mediation* atau memediasi sebagian, dimana media sosial berpengaruh terhadap intensi berwirausaha baik secara langsung maupun tidak langsung melalui literasi keuangan. Artinya H_4 yang menyatakan bahwa "literasi keuangan memediasi media sosial terhadap intensi berwirausaha" diterima.

Berdasarkan hasil penelitian, pendidikan kewirausahaan, media sosial, dan literasi keuangan dapat memengaruhi intensi berwirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan peningkatan literasi keuangan akan meningkatkan intensi untuk berwirausaha.

Teori Perilaku Terencana (TPB) menyediakan kerangka kerja untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Menurut teori ini, intensi untuk berperilaku adalah faktor penentu utama dari perilaku individu. Salah satu tujuan dan manfaat utama dari teori perilaku terencana adalah untuk meramalkan dan memahami dampak motivasi terhadap perilaku yang mungkin berada di luar kendali atau kehendak individu. Teori ini membantu mengidentifikasi bagaimana dan di mana mengarahkan strategi perubahan perilaku dan juga memberikan wawasan pada beberapa aspek penting dari perilaku manusia (Achmat, 2010). Menurut teori perilaku terencana, berbagai faktor dapat memengaruhi keyakinan seseorang, termasuk usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi, agama, budaya, kepribadian, sikap, nilai, kecerdasan, emosi, pengalaman masa lalu, dan paparan informasi. Tiga jenis faktor latar belakang berbeda, yang pertama adalah faktor pribadi, yang mencakup nilai, sikap, karakteristik kepribadian, emosi, dan kecerdasan. Kategori kedua adalah faktor sosial, yang mencakup usia, jenis kelamin, pendidikan, budaya dan agama. Kategori ketiga adalah faktor informasi, yang mencakup pengetahuan, pengalaman dan paparan informasi. Dalam penelitian ini, media sosial, literasi keuangan, dan pendidikan kewirausahaan adalah semua variabel yang dapat mempengaruhi intensi berwirausaha.

Essel (2020) mengatakan bahwa membentuk atau membangun pola pikir wirausaha yang benar tetap penting untuk menumbuhkan niat berwirausaha di kalangan generasi muda. Penting juga untuk mengembangkan dasar pengetahuan kewirausahaan yang kuat untuk membentuk pemikiran yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan dengan informasi yang diperlukan. Pendidikan kewirausahaan diperoleh mahasiswa selama kuliah, teori yang dikemukakan oleh Zimmerer dalam Tangkeallo & Tangdialla (2021) salah satu peran universitas dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan di negara adalah menyediakan pendidikan kewirausahaan. Karena itu, perguruan tinggi harus menerapkan program pembelajaran kewirausahaan untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa dan mendorong semangat mereka untuk berwirausaha.

Pendidikan kewirausahaan diperoleh mahasiswa selama kuliah, teori yang dikemukakan oleh Zimmerer dalam Tangkeallo & Tangdialla (2021) salah satu peran universitas dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan di negara adalah menyediakan pendidikan kewirausahaan. Karena itu, perguruan tinggi harus menerapkan program pembelajaran kewirausahaan untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa dan mendorong semangat mereka untuk berwirausaha.

Dalam konteks TPB, media sosial dapat memengaruhi sikap individu terhadap berwirausaha melalui informasi, testimoni, dan cerita sukses yang dibagikan oleh pengguna media sosial lainnya. Dalam konteks TPB, media sosial dapat memengaruhi sikap individu terhadap berwirausaha melalui informasi, testimoni, dan cerita sukses yang dibagikan oleh

pengguna media sosial lainnya. Media sosial juga dapat memperkuat norma subjektif dengan menampilkan dukungan dan dorongan dari orang-orang dalam jaringan sosial individu. Selain itu, media sosial memberikan kendali perilaku dengan menyediakan platform untuk berbagi ide, mencari mentor, dan membangun jejaring yang relevan dalam konteks berwirausaha. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Salsabila dkk (2023) Tangkeallo dan Tangdialla (2021) bahwa “media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha”. Teori Efek Persuasi oleh Albert Bandura dalam Assidiq, dkk (2024) adalah bagian dari teori sosial kognitif yang menekankan pentingnya pengaruh lingkungan, faktor personal, dan perilaku dalam membentuk sikap dan tindakan seseorang. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai agen lingkungan yang dapat mempengaruhi intensi berwirausaha. Hal ini berarti bahwa paparan konten kewirausahaan di media sosial dapat mendorong mahasiswa untuk mempertimbangkan berwirausaha sebagai pilihan karier yang serius. Menurut teori efek persuasi, media sosial dapat mempengaruhi keyakinan dan ekspektasi hasil individu, yang pada gilirannya mempengaruhi niat mereka untuk terlibat dalam perilaku tertentu, dalam hal ini, berwirausaha.

Literasi keuangan juga dapat memengaruhi intensi berwirausaha melalui pengaruhnya terhadap persepsi kontrol perilaku, terutama dalam hal pengelolaan keuangan bisnis. Hal ini juga diungkapkan oleh Wardani dan Woli (2021) literasi keuangan yang baik berdampak besar terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Memulai suatu usaha tidak terlepas dari perolehan dan penggunaan dana. Dengan pemahaman literasi yang baik maka pengaturan keuangan akan berjalan lancar tanpa menimbulkan kerugian dan terciptanya rumah yang berkualitas. Selain itu, literasi keuangan dapat memainkan peran penting dalam mempersiapkan individu untuk mengelola aspek keuangan dari usaha mereka, yang pada gilirannya dapat memengaruhi intensi berwirausaha.

Pendidikan kewirausahaan tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha tetapi juga memperkuat pemahaman tentang konsep keuangan yang penting untuk keberhasilan bisnis. Pendidikan kewirausahaan juga berpengaruh terhadap literasi keuangan menyoroti pentingnya integrasi pendidikan keuangan ke dalam kurikulum pendidikan kewirausahaan. Sehingga pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan literasi keuangan yang nantinya dapat meningkatkan intensi berwirausaha.

Pengaruh media sosial terhadap intensi berwirausaha dimediasi oleh literasi keuangan menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat berfungsi sebagai jembatan antara media sosial dan intensi berwirausaha. Dengan kata lain, media sosial dapat berkontribusi pada literasi keuangan, yang pada gilirannya meningkatkan intensi untuk berwirausaha. Ini menunjukkan pentingnya literasi keuangan dalam konteks kewirausahaan dan bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan literasi keuangan. Penelitian serupa oleh Cahyaningrum dan Susanti (2021) bahwa “penggunaan sosial media, pendidikan kewirausahaan, dan literasi keuangan memberikan pengaruh secara simultan terhadap perilaku berwirausaha online”. Juga penelitian Sahroh (2018) bahwa “literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa” Teori Efek Persuasi Bandura dalam Assidiq, dkk (2024) menjelaskan bagaimana media sosial dapat mempengaruhi intensi berwirausaha dan literasi keuangan mahasiswa. Melalui observasi dan modeling, kredibilitas sumber, peningkatan *self-efficacy*, harapan hasil positif, dan motivasi yang ditingkatkan, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk sikap, keyakinan, dan perilaku mahasiswa. Dengan demikian, media sosial bukan hanya platform untuk berbagi informasi tetapi juga alat yang kuat untuk mempengaruhi dan menginspirasi mahasiswa dalam perjalanan mereka menuju kewirausahaan. Informasi dan edukasi keuangan yang tersedia di media sosial dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mahasiswa tentang konsep keuangan. Ini penting karena literasi keuangan merupakan aspek kunci dalam pengambilan

keputusan berwirausaha yang bijaksana. Dalam teori efek persuasi, penyampaian informasi yang relevan dan bermanfaat melalui media sosial dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan individu dalam manajemen keuangan. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan pentingnya media sosial dan literasi keuangan dalam mempengaruhi intensi berwirausaha, sejalan dengan prinsip-prinsip Teori Perilaku Terencana. Ini juga menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk mendukung kewirausahaan, baik melalui pembentukan sikap positif, penciptaan norma subjektif, atau peningkatan kontrol perilaku yang dirasakan.

SIMPULAN

Dari analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan kewirausahaan, semakin meningkat pula intensi berwirausaha. Begitu pula, media sosial juga memberikan pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa, yang menandakan bahwa semakin intens penggunaan media sosial, semakin tinggi pula intensi berwirausaha mahasiswa. Selain itu, literasi keuangan berfungsi sebagai mediator antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha mahasiswa. Hal ini berarti bahwa pendidikan kewirausahaan memengaruhi intensi berwirausaha mahasiswa baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pengaruhnya terhadap literasi keuangan. Demikian pula, literasi keuangan berperan sebagai mediator antara penggunaan media sosial dan intensi berwirausaha mahasiswa, yang menunjukkan bahwa media sosial memengaruhi intensi berwirausaha baik secara langsung maupun tidak langsung melalui dampaknya terhadap literasi keuangan.

DAFTAR RUJUKAN

- Achmat, Z. (2010). Theory of planned behavior, masihkah relevan. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, 23(2), 1-20.
- Alshebami, Ali Saleh & Al Marri, Salem Handhal. (2022). "The Impact of Financial Literacy on Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Saving Behavior". *Frontiers in Psychology*. 13, 1-10
- Assidiq, M.Z., Amirotu I.I., Qonita, A.Z., & Leksona, B. (2024). 17 Teori Komunikasi Massa Menurut Para Ahli. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Wajib Tahu!. Diakses pada Mei 19, 2024, dari <https://telkomuniversity.ac.id/17-teori-komunikasi-massa-menurut-para-ahli-mahasiswa-ilmu-komunikasi-wajib-tahu/>
- Cahyaningrum, A. F., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Sosial Media, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Berwirausaha Online Pada Siswa SMK Negeri 1 Pangkalan Bun. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5(1), 104-118.
- Dadag. (2023, March 10). Rasio Kewirausahaan Jadi Prasyarat Indonesia Menuju Negara Maju Tahun 2045. Diakses pada November 15, 2023, dari <https://pasardana.id/news/2023/3/10/rasio-kewirausahaan-jadi-prasyarat-indonesia-menuju-negara-maju-tahun-2045/#:~:text=Pasardana.id%20%2D%20Menteri%20Koperasi%20dan,4%20persen%20dari%20populasi%20penduduk.>
- Djohan, H. A. (2021). Intensi Berwirausaha Ditinjau Dari Efikasi Diri Dan Kreativitas. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18 (1), 12-21

- Essel, E. O., Min, W., Essel, C. H., & Dumor, K. (2020). Unemployment blues: analysis of the dual mediating effects of knowledge and perception on entrepreneurial intentions in the environment. *Sage Open*, *10*(3), 2158244020936218.
- Fernando & Handoyo. (2022). “Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial, Dan E-Commerce Terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa”, *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. *4*, (1), 99-106
- Heriyanto, Y. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Penggunaan Media Sosial Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Unnes Angkatan 2017. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *4*(2), 2-19.
- Hidayat, H. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa HIPMI PT Universitas Telkom (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Iskandar, I., Yuliati, Y., Suryani, Y., & Mulyati, S. (2023). THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE ON ENTREPRENEURIAL INTENTION WITH THE MEDIATION OF ENTREPRENEURIAL ATTITUDES, SUBJECTIVE NORMS, AND SELF-EFFICACY. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, *17*(2), 313-321.
- Lathifah, N. N., Siregar, F. A., & Risqiani, R. (2023). PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP CUSTOMER BRAND ENGAGEMENT DAN BRAND LOYALTY. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, *20*(02), 119-130.
- Pérez-Macías, N., Gismera Tierno, L., & De Nicolas, V. L. (2023). Educational Innovation Boosting Students’ Entrepreneurial Intentions. *SAGE Open*, *13*(3), 21582440231196457.
- Nandy. Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya. Diakses pada Novemeber 23, 2023, dari <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>
- Rahmat, P. S. (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Perkembangan Usaha. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, *17*(1), 24-34. DOI: 10.25134/equi.v17i01.
- Rastiti, M. S. (2023). “Niat Berwirausaha: Pendidikan Kewirausahaan, Literasi Ekonomi dan Self Efficacy”, *Jurnal Jukom*. *1*, (1), 1-20
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, *6*(3).
- Salsabila, P. A. N., & Wibowo, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, *2*(4), 67-89.
- Setiawan, I., Mulyati, S., Suryani, Y., Pratiwi, R. T., Wulandini, S., & Putri, A. (2023). Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, *20*(02), 169-177.
- Sulasiningsih. (2015). “Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi: Pentingkah Untuk Semua Profesi?”, *Jurnal Economia*. *11*, (1), 1-9
- Tangkeallo, D. I. & Tangdialla, R. (2021). “Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja”, *JEKPEND*. *4*, (1), 74-79

- Xu, H., Gong, Y., Zhang, Q., & Xie, J. (2020). Relationship between social media activities and thinking styles. *Marketing Intelligence & Planning*, 38(2), 195-208.
- Wiratno, Siswo. (2012). "Pelaksanaan Pendidikan Kewirausahaan Di Pendidikan Tinggi", *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*. 18, (4). 453-466
- Wibowo, S., & Pramudana, K. A. S. (2016). *Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha yang dimediasi oleh sikap berwirausaha* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Woli, S. G., & Wardani, D. K. (2021). Pengaruh Budaya Bisnis Masyarakat, Literais Keuangan, Self Efficacy Dan Lingkunga Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 1-14.
- Yanuardianto, E. (2019). Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis Dalam Menjawab Problem Pembelajaran di Mi). *Auladuna: Jurnal Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 1(2), 94-111.