

MELIHAT PELUANG MEDIA SOSIAL DALAM MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN PADA KALANGAN MAHASISWA

Gary Leonard Hendrik¹, AR Hidayat², Sri Ayu Nurmalia Kaharuddin³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Famika

Email:

[¹garyleonard484@gmail.com](mailto:garyleonard484@gmail.com)

[²arhidayat.am.4515012035@gmail.com](mailto:arhidayat.am.4515012035@gmail.com)

[³sriayunuramaliakaharuddin@gmail.com](mailto:sriayunuramaliakaharuddin@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat peluang Media Sosial dalam menumbuhkan jiwa Kewirausahaan dilakangan mahasiswa. Adapun yang melatarbelakangi penelitian ini adalah tingkat intensitas penggunaan media sosial di kalangan anak muda khususnya para mahasiswa. Data PBS tahun 2024, jumlah pengguna media sosial dari segi usia rentang 18 - 34 tahun sebagian besar mengakses media sosial selama 3 jam 14 menit perhari. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 157 mahasiswa aktif pada Universitas Famika. Hasil dari pengumpulan kuesioner mengenai intensitas penggunaan media sosial dengan mayoritas per hari selama 1 - 3 jam. Sementara itu dari pernyataan “media sosial banyak menyajikan peluang usaha” mayoritas responden menyatakan ‘setuju’. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peluang media sosial dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan sangat terbuka melihat intensitas penggunaan media sosial sehari-hari serta banyaknya informasi kewirausahaan yang dapat diperoleh dari postingan di media sosial.

Kata kunci: Media Sosial, Kewirausahaan.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini memberikan jalan bagi berkembangnya media sosial. Akses yang mudah serta cara menggunakan media sosial yang cukup mudah membuat perkembangan media sosial di masyarakat sangat cepat. Di kalangan anak muda, mahasiswa khususnya, media sosial seakan-akan sudah melekat dan tidak dapat terpisahkan dalam berbagai aktivitas harian. Dari data BPS (2024) terdapat 167 juta atau 64,3% masyarakat Indonesia yang menjadi pengguna aktif media sosial. Sementara itu, dari segi umur, pengguna media sosial diisi oleh usia muda 18 - 34 tahun yaitu sebesar 54,1% serta intensitas rata-rata penggunaan menghabiskan 3 jam 14 menit per hari dimana 81% mengaksesnya setiap hari. Adapun aktivitas yang sering dilakukan yaitu berbagi video/foto (81%), hiburan (68%) serta belanja online (61%).

Kehidupan masyarakat saat ini tidak terlepas dari aktivitas online, khususnya dikalangan mahasiswa. Dampaknya yang dapat terlihat jelas adalah komunikasi yang lebih banyak dilakukan secara online. Perkembangan penggunaan media sosial tersebut tentunya perlu disikapi secara bijak, sehingga ada hal positif yang boleh diambil dari setiap penggunaan atau akses terhadap media sosial yang dilakukan oleh para mahasiswa. Hal ini perlu menjadi perhatian, karena

perkembangan media sosial akan memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi para mahasiswa.

Media sosial memiliki jangkauan yang luas untuk berinteraksi, hal ini bisa menjadi keuntungan bagi mahasiswa dalam menjalankan aktivitas dalam perkuliahan, baik dalam mencari informasi atau pun sekedar berinteraksi dengan mahasiswa lain di berbagai tempat. Dunia mahasiswa merupakan transformasi menjadi dewasa dimana mulai belajar untuk menata kemandirian dan emosional baik dari sisi fisik, sosial serta mental mahasiswa. Sehingga dunia mahasiswa dipakai untuk melihat peluang agar dapat bertanggung jawab terhadap diri sendiri serta mengembangkan hubungan sosial yang sehat.

Media sosial dapat menjadi sarana bagi mahasiswa dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini. Dalam penelitian Deddy Saefuloh (2020) menyatakan bahwa dimensi yang dimiliki oleh media sosial mempunyai dampak yang positif terhadap minat kewirausahaan mahasiswa. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Intan Tangkeallo dan Randi Tangdialla (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.. Penggunaan media sosial tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi memberikan peluang untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Pertanyaan yang sering timbul adalah usaha apa yang akan kita buat atau bagaimana proses pemasaran dari hasil usaha tersebut. Menurut Nasrullah (dalam Tania Damayanti, 2025) media sosial merupakan sebuah medium yang ada di internet dimana memungkinkan para penggunanya untuk merepresentasikan diri sekaligus melakukan interaksi, bekerja sama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial memungkinkan mahasiswa untuk dapat melihat peluang usaha yang dapat dilakukan sesuai dengan porsi, kondisi, aktivitas perkuliahan atau pun kondisi lingkungan sekitar.

Menurut Minazzi (2015), terdapat 4 pendekatan dalam mengarahkan perusahaan hingga mendapatkan strategi menggunakan media sosial :

- Media sosial *presence*, fokus pada *brand awareness* dan pembuatan konten untuk mendukung strategi yang ada
- Media sosial *projects*, saat interaksi dan membangun relasi dengan pengguna media sosial
- *Call to action*, mengarahkan pengguna untuk membeli produk, baik secara *online* maupun *offline*
- *Social CRM*, model dalam memahami peluang atau ancaman yang datang dari pasar.

Dunia kewirausahaan sekarang ini sangat dipermudah dengan kehadiran media sosial, baik dari sisi jenis usaha atau pun pemasaran hasil usaha. Media sosial banyak menawarkan berbagai peluang baru dalam bentuk pekerjaan dan usaha di bidang online. Mahasiswa berada pada usia yang memiliki rasa penasaran yang cukup tinggi, rasa ingin tahu serta ingin mencoba hal-hal baru didorong dengan kondisi fisik yang baik yang masih sangat mendukung untuk beraktivitas. Selain itu, usaha di bidang online dikalangan mahasiswa memiliki keunggulan dimana hanya membutuhkan modal yang lebih sedikit. Dengan melihat tren saat ini para mahasiswa dapat mulai membangun usaha yang sukses. Kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovasi, peluang, karya cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi atau ketidakpastian dalam menjelaskannya (Pasulu, 2024).

Membangun jiwa kewirausahaan pada kalangan mahasiswa cukup mudah di zaman media sosial yang sangat berkembang saat ini. Banyak peluang usaha ditampilkan serta cara-cara memasarkan produk usaha bisa didapat dari media sosial. Tentu saja dengan demikian diharapkan para

mahasiswa mampu menumbuhkan jiwa wirausaha sejak dini yang pada perjalanannya akan menyelesaikan perkuliahan dengan bekal usaha yang sudah ada. Menurut Robbin dan Coulter (dalam Pasulu, 2024) menyebut kewirausahaan adalah proses di mana seorang individu atau kelompok individu menggunakan upaya terorganisir dan sarana untuk mencari peluang untuk menciptakan nilai dan tumbuh dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka melalui inovasi dan keunikan, tidak peduli sumber daya apa pun saat ini dikendalikan. Sementara itu, menurut Soeharto Prawiro (dalam Pasulu, 2024) menyebut kewirausahaan adalah nilai yang dibutuhkan untuk memulai bisnis dan mengembangkan bisnis.

Siti Nur Azizah dan Muhammad Irwan Padli Nasution (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa peran media sosial instagram tinggi dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Indoworo (2016) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa keunggulan layanan media sosial adalah memberikan ruang komunikasi dua arah antara konsumen-perusahaan dan perusahaan-konsumen. Komunikasi dua arah ini memungkinkan konsumen untuk berpartisipasi, kolaborasi dan berinteraksi yang pada intinya konsumen tidak lagi objek tetapi subjek pemasaran. Selain itu, Siagian, Martiwi & Indra (2020) dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa media sosial membantu para pengusaha untuk mempromosikan produk.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan wawasan kepada mahasiswa untuk dapat bijaksana dalam menggunakan media sosial serta mampu melihat sisi lain dari media sosial yaitu menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini, mengingat mahasiswa berada pada usia produktif dengan rasa penasaran yang tinggi akan suatu hal baru.

2. Metodologi

Penelitian ini memanfaatkan metode penelitian kuantitatif, dengan menyebarkan kuesioner kemudian melakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul agar dapat dibuat kesimpulan yang berlaku untuk umum terkait peluang media sosial dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif pada Universitas Famika, periode penelitian pada September 2025. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 157 mahasiswa aktif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner secara *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah pendekatan yang lugas dan sering kali pragmatis, di mana peneliti memilih partisipan berdasarkan ketersediaan dan kemauan mereka untuk berpartisipasi. *Convenience sampling*, teknik pengambilan sampel non-probabilitas, digunakan secara luas dalam penelitian karena kepraktisan dan efisiensinya, terutama ketika berhadapan dengan populasi besar atau ketika pengacakan tidak memungkinkan (Etikan dalam Dwi Mariyono, 2024).

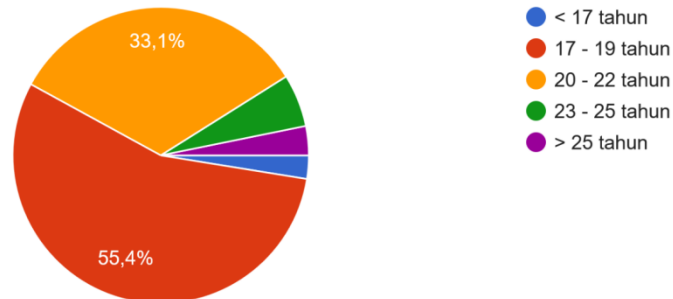
3. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil pengisian kuesioner yang telah disebarkan, maka dapat diperoleh informasi data diri atau karakteristik dari responden serta deskripsi penilaian dari pernyataan yang diberikan mengenai peluang media sosial dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan, yaitu :

1) Usia responden

Usia

157 jawaban



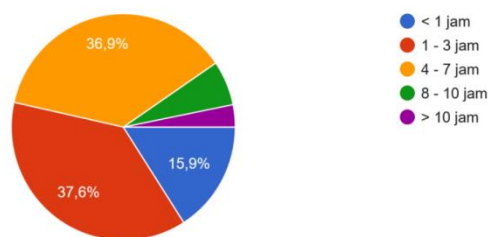
Gambar 1. Diagram usia responden (sumber : olahan kuesioner)

Sebanyak 55,4% responden berada pada rentang usia 17 - 19 tahun. Menurut Thornburgh (dalam Anita 2023) usia 17 - 19 tahun disebut remaja akhir. Masa remaja disebut dengan masa transisi, dimana remaja kerap kali mengalami kebingungan terhadap dirinya sendiri, di satu pihak masih merasa anak-anak tetapi di lain pihak dia dituntut untuk bisa berperilaku sebagai dewasa. Dengan kata lain, usia remaja tersebut menjadi titik balik bagi seseorang mampu melihat dan menata diri untuk masa depan. Dalam hal pekerjaan, maka pada usia inilah dia akan mempersiapkan diri pada bidang kerja yang akan ditekuni kedepannya. Dengan demikian, mahasiswa usia 17 - 19 tahun adalah usia matang seseorang dalam melihat keadaan sekitar sebagai peluang usaha dimasa akan datang serta membentuk karakter diri menuju kedewasaan.

2) Intensitas penggunaan media sosial per hari responden

Intensitas penggunaan Media Sosial per hari

157 jawaban



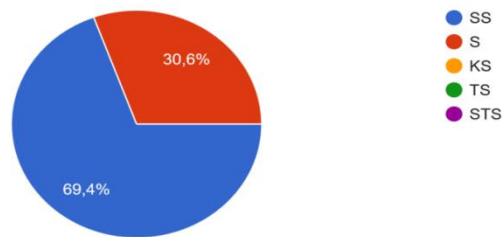
Gambar 2. Diagram intensitas penggunaan media sosial responden per hari (sumber : olahan kuesioner)

Sebanyak 37,6% mengakses media sosial per hari selama 1 - 3 jam, dan 36,9% responden mengakses media sosial per hari selama 4 - 7 jam. Hal ini memberi gambaran bagaimana kehidupan mahasiswa selain perkuliahan diisi dengan mengakses media sosial. Intensitas yang cukup tinggi tersebut memberi peluang dalam memperoleh informasi-informasi mengenai dunia usaha yang diharapkan memberikan contoh dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Oleh karena itu,

penggunaan media sosial setiap hari tidak hanya terbatas pada hiburan saja, tetapi mencari dan memahami peluang usaha dari setiap tampilan atau sajian yang ada dalam media sosial.

3) Pernyataan “Media sosial memudahkan untuk mendapatkan suatu informasi”

Media Sosial memudahkan untuk mendapatkan suatu informasi
157 jawaban

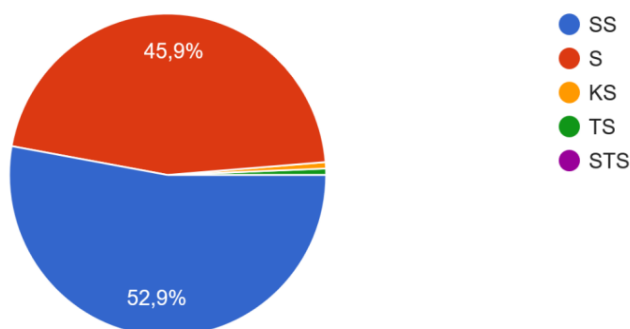


Gambar 3. Diagram pernyataan “Media sosial memudahkan untuk mendapatkan suatu informasi” (sumber : olahan kuesioner)

Sebanyak 69,4% responden memberikan pernyataan ‘sangat setuju’. Hal ini memberi gambaran bahwa media sosial menjadi salah satu sumber responden dalam memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan. Baik informasi perkuliahan atau pun hal lain yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Mudahnnya memperoleh informasi tersebut menjadi peluang bagi mahasiswa dalam memperoleh suatu pengetahuan baru, khususnya dalam bidang kewirausahaan. Memperoleh informasi sebanyak-banyaknya memungkinkan mahasiswa dalam mempersiapkan hal teknis dan mental sebelum menjalankan suatu usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Saidun Hutasuhut dkk (2024) menyatakan bahwa penggunaan media sosial yang intensif di kalangan responden, terutama di platform seperti TikTok dan Instagram, menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat penting dalam mencari informasi dan inspirasi bisnis.

4) Pernyataan “Media sosial menjangkau tempat yang luas”

Media Sosial menjangkau tempat yang lebih luas
157 jawaban

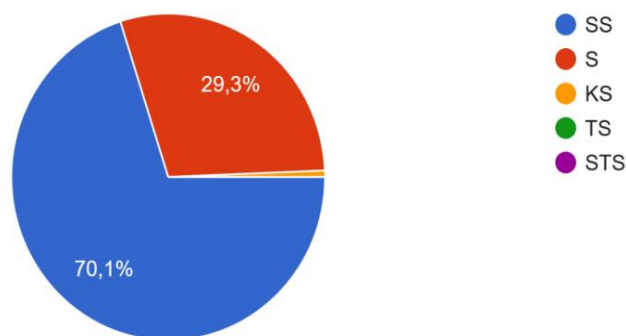


Gambar 4. Diagram pernyataan “Media sosial menjangkau tempat yang luas” (sumber : olahan kuesioner)

Sebanyak 52,9% responden memberikan pernyataan ‘sangat setuju’. Banyaknya pengguna media sosial memberikan jarak, ruang dan waktu menjadi mejadi tak terbatas. Informasi dari tempat yang jauh, bahkan tidak kita kenal sekalipun, dengan mudahnya dapat kita ketahui. Luasnya jangkauan media sosial menjadi salah satu peluang dalam memasarkan hasil usaha. Ide usaha dapat timbul dari aktifitas orang di tempat lain yang pada dasarnya dapat dilakukan dimana saja atau pun proses pemasaran dapat menjangkau semua tempat dimanapun produk kita diinginkan, tidak terbatas pada ruang lingkup sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian Relwandai dkk (2023) yang menyatakan bahwa media sosial memberikan akses mudah dan luas kepada informasi tentang wirausaha, peluang bisnis, serta kisah-kisah sukses para pengusaha. Dalam penelitian ini menemukan pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan minat berwirausaha siswa.

5) Pernyataan “Media sosial mempermudah komunikasi/interaksi”

Media Sosial mempermudah komunikasi/interaksi
157 jawaban



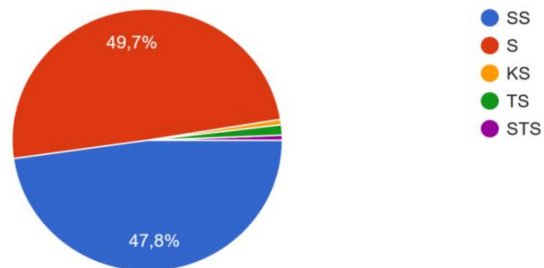
Gambar 5. Diagram pernyataan “Media sosial mempermudah komunikasi/interaksi”
(sumber : olahan kuesioner)

Sebanyak 70,1% responden memberikan pernyataan “sangat setuju”. Luasnya jangkauan media sosial ternyata memberikan pula kemudahan dan ruang komunikasi yang cukup baik. Interaksi langsung sangat baik digunakan untuk memperoleh informasi dengan jelas, baik sebagai pelaku langsung suatu usaha atau pun sebagai pengguna dari suatu hasil usaha. Pengalaman serta cara dalam menjalankan suatu usaha dapat memberikan informasi yang sangat berguna bagi mahasiswa dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

6) Pernyataan “Media sosial banyak menyajikan peluang usaha”

Media Sosial banyak menyajikan peluang usaha

157 jawaban



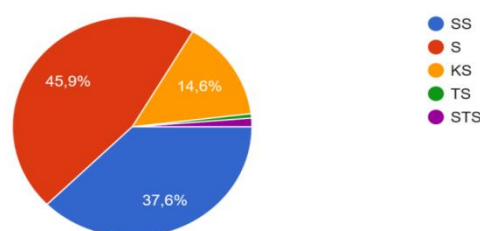
Gambar 6. Diagram pernyataan “Media sosial banyak menyajikan peluang usaha” (sumber : olahan kuesioner)

Sebanyak 49,7% responden memberikan pernyataan “setuju”. I Komang Sumerta dkk (2020) dalam penelitiannya menghasilkan skor yang tinggi dalam pernyataan “pengguna media sosial sangat berperan dalam kegiatan berwirausaha”. hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian, penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa tidak hanya memperoleh hiburan semata, tetapi konten yang ditampilkan oleh orang lain bisa menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini.

7) Pernyataan “Media sosial membantu meningkatkan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen”

Media Sosial membantu meningkatkan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen

157 jawaban



Gambar 7. Diagram pernyataan “Media sosial membantu meningkatkan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen” (sumber : olahan kuesioner)

Sebanyak 45,9% responden memberikan pernyataan “setuju”. Salah satu faktor yang membuat usaha dibidang online sulit berkembang karena rendahnya kepercayaan yang timbul antara pelaku usaha dengan konsumen. Dengan terbukanya informasi secara luas dari media sosial diharapkan dapat menciptakan tingginya rasa kepercayaan khususnya dalam interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen. Semakin banyak informasi yang diperoleh dari interaksi antara pelaku usaha dan konsumen memberikan tingkat kepercayaan dalam menjalankan usaha tersebut. Sehingga tujuan akhir dari suatu usaha yaitu penyaluran hasil usaha boleh berjalan dengan lancar. Informasi

yang luas mampu memberikan penjelasan atas kualitas produk yang dipasarkan seperti review atau testimoni dari pihak lain yang sudah menggunakan produk tersebut sebelumnya. Hasil penelitian Rahmat Solling Hamid (2022) menyatakan bahwa aktivitas pemasaran media sosial ternyata mampu memberikan dampak positif terhadap kepercayaan pelaku UMKM yang termasuk dalam kategori milenial. Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial telah dipercaya dan mampu berperan efektif dalam meningkatkan kinerja bisnis.

Dari hasil pemaparan diatas, maka diperoleh suatu rangkaian bagaimana media sosial berpeluang dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan dikalangan mahasiswa. Mulai dari mudahnya memperoleh suatu informasi, jangkauan yang luas dari penggunaan media sosial dalam memperoleh suatu informasi, mudahnya membangun komunikasi/interaksi untuk memperoleh suatu informasi, media sosial yang banyak menyajikan peluang suatu usaha dan terakhir adalah peluang media sosial dalam membantu meningkatkan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen. Penggunaan media sosial dengan intensitas 1 - 7 jam perhari dimana mahasiswa tidak hanya memperoleh hiburan semata, tetapi memperoleh informasi mengenai suatu usaha yang mudah dan dapat dilakukan bersamaan dengan aktifitas perkuliahan.

4. Kesimpulan dan Saran

a) Kesimpulan

Penelitian ini memberi gambaran peluang media sosial sebagai alat untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Melalui postingan dalam media sosial mendorong mahasiswa untuk membuka pola pikir yang mengarah kepada peluang dalam membuat suatu usaha, baik yang sudah ada atau memacu peluang inovasi suatu usaha. Mahasiswa yang memiliki rasa penasaran tinggi, serta keinginan untuk mencoba hal-hal baru sangat cocok untuk dapat memulai suatu usaha baru. Hal ini akan memacu mahasiswa untuk dapat mencari ide-ide baru dalam berwirausaha. Media sosial dapat memberikan banyak informasi serta jangkauan yang cukup luas dalam memperoleh suatu informasi tentang model usaha. Usaha berbasis online memudahkan mahasiswa karena tidak menggunakan modal yang besar tetapi dapat menjangkau pasaran yang luas. Dapat disimpulkan bahwa peluang media sosial sebagai alat bantu untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa sangat besar. Media sosial tidak hanya dipandang sebagai sarana hiburan sehari-hari saja, tetapi juga menjadi peluang dalam menghasilkan mahasiswa yang memiliki jiwa kewirausahaan sejak dini.

b) Saran

- 1) Untuk mahasiswa : menggunakan dan menjadikan media sosial sebagai peluang dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini
- 2) Untuk institusi : mengintegrasikan penggunaan media sosial dalam berbagai jenis pembelajaran atau pun kurikulum tentang kewirausahaan
- 3) Untuk penelitian selanjutnya : menggunakan metode inferensial/kualitatif untuk dapat mendalami proses dalam membangun kepercayaan dalam menggunakan media sosial sebagai interaksi usaha atau jenis-jenis usaha yang lebih spesifik

Daftar Pustaka

- Anita, Nur dkk (2023). *Asuhan Kebidanan Remaja & Menopause*. Bandung : Kaizen Media Publishing
- Badan Pusat Statistik. (2024). <https://rri.co.id/iptek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>. Diakses tanggal 28 September 2025 pukul 17:40 wita
- Damayanti, Tania., Rohmiati., dan Wiwien Wirasati (2025). *Pesan Komunikasi Edukasi pada Iklan di Youtube dan Resepsi Khalayak*. Indramayu : CV. Adanu Abimata.
- Hamid, R.S. (2022). Analisis Dampak Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kepercayaan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. ISSN : 2599-3410. Vol. 5, No. 2.
- Hazizah, S. N., dan Nasution, M. I. P. (2022). Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. ISSN : 2622 - 2191. Vol 5, No. 4.
- Hutasuhut, Saidun. dkk (2024). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Mina Berwirausaha di Kalangan Anak Muda. *Jurnal Cendekia Ilmiah*. ISSN : 2828-5271. Vol 4. No. 1.
- Indoworo, H. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Media Sosial. *Jurnal Informatika Upgris*. ISSN : 2477-6645. Vol 2, No. 1.
- Mariyono, Dwi (2024). *Menguasai Penelitian Kualitatif : Metode, Analisis Terapan, dan Arah Masa Depan*. Surabaya : Cipta Media Nusantara
- Minazzi, R. (2015). *Social Media Marketing in Tourism and Hospitality*. London: Springer International Publishing
- Pasulu, M., Nur Aini., dan Meldilianus Nabas J. Lenas. (2024). *Pengenalan Dasar-Dasar Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif*. Makassar : Idebuku
- Relwandani, Henry, E., Christian W.W. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 40 Jakarta. *Transekonomika : Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*. ISSN : 2809-6851. Vol 3, No. 3
- Saefuloh, Deddy. (2020). Rekognisi Terhadap Peluang Bisnis *Online* Melalui Media Sosial dan Hubungannya dengan Minat Berwirausaha : Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*. ISSN : 0216-9843. Vol 16.
- Siagian, A.O., Martiwi, R., dan Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk dalam Memanfaatkan Media Sosial di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. ISSN : 2598-0823. Vol 3, No. 3..
- Sumerta, I Komang dkk (2020). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. ISSN : 2337-3067.

Tangkeallo, D.I., dan Randi T. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. ISSN : 2614-2139. Vol 6, No. 1