

PENGARUH POSITIVE IMPACT USE OF SOCIAL MEDIA, ENTERPRENEURIAL KNOWLEDGE, DAN CAPITAL AVAILABILITY TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA ADMINISTRASI NIAGA UNTAG SURABAYA.

Riesca Oktavia Dwi Putri Susanti¹,
Universitas 17 Agustus 1945, odpsriesca@gmail.com
Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.²,
Universitas 17 Agustus 1945, ute@untag-sby.ac.id
Dra. Awin Mulyati, M.M.³
Universitas 17 Agustus 1945, awin@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Tingginya angka pengangguran merupakan salah satu permasalahan serius yang kini dihadapi oleh Indonesia. Di tengah situasi ini, terdapat pandangan yang kuat di kalangan masyarakat bahwa menjadi Pegawai Negeri Sipil dan Karyawan swasta adalah pilihan karier yang paling aman dan terjamin karena menawarkan stabilitas, gaji tetap, dan jaminan pensiun, yang sering kali tidak dimiliki oleh sektor swasta atau kewirausahaan. Paradigma ini mempengaruhi preferensi karier generasi muda, yang lebih cenderung memilih jalur aman sebagai PNS dan Karyawan daripada mengambil risiko untuk berwirausaha, akibatnya ketidakmampuan pasar kerja menyerap tenaga kerja yang tersedia akan meningkatkan jumlah pengangguran, yang pada gilirannya memicu berbagai dampak sosial dan ekonomi. Dari permasalahan tersebut, wirausaha merupakan salah satu solusi efektif dalam menghadapi tantangan ketenagakerjaan. Dengan berwirausaha, individu tidak hanya menciptakan pekerjaan untuk diri mereka sendiri, tetapi juga berpotensi membuka peluang kerja bagi orang lain. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti Pengaruh *Positive Impact Use of Social Media*, *Entrepreneurial Knowledge* dan *Capital Availability* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya. Penelitian ini dilakukan selama bulan April-Mei 2024 dengan menggunakan metode kuantitatif yang pengumpulan datanya menggunakan kuisioner yang disebar kepada mahasiswa Adbis yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Dari 100 responden kemudian di uji hingga menghasilkan kesimpulan bahwa, variabel *Positive Impact Use of Social Media*, *Entrepreneurial Knowledge* dan *Capital Availability* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya.

Kata kunci: *Positive Impact Use of Social Media*, *Entrepreneurial Knowledge*, *Capital Availability*

ABSTRACT

The high unemployment rate is one of the serious problems currently faced by Indonesia. In the midst of this situation, there is a strong view among society that becoming a Civil Servant and private employee is the safest and most secure career choice because it offers stability, a steady salary and retirement security, which the private sector or entrepreneurship often lacks. This paradigm influences the career preferences of the younger generation, who are more likely to choose the safe route as civil servants and employees rather than taking the risk of becoming an entrepreneur. As a result, the inability of the job market to absorb the available workforce will increase the number of unemployed, which in turn triggers various social and economic impacts. From these problems, entrepreneurship is an effective solution in facing employment challenges. By entrepreneurship, individuals not only create jobs for themselves, but also have the potential to open up job opportunities for others. Therefore, researchers are interested in examining the influence of Positive Impact Use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge and Availability of Capital on the entrepreneurial interest of UNTAG Surabaya Business Administration students. This research was conducted during April-May 2024 using quantitative methods where data was collected using questionnaires distributed to Adbis students who had taken entrepreneurship courses. The 100 respondents were then tested to produce the conclusion that the variables Positive Impact Use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge and Availability of Capital had a significant positive effect on the interest in entrepreneurship of UNTAG Surabaya Business Administration students.

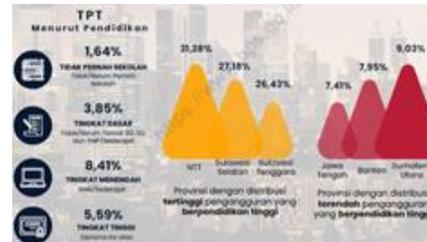
Keywords: *Positive Impact Use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge and Capital Availability*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, mindset masyarakat terkait dengan bekerja sangat beragam. Sebagian besar mindset masyarakat Indonesia mengaitkan konsep bekerja dengan menjadi karyawan di perusahaan swasta atau sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) di sektor publik. Pandangan ini tercermin dari norma sosial yang menghargai stabilitas ekonomi yang dianggap lebih terjamin dengan menjadi pegawai. Bagi sebagian besar orang, menjadi karyawan atau PNS dianggap sebagai pilihan yang aman dan terhormat dalam mencari penghidupan. Gaji yang tetap, jaminan sosial, dan berbagai tunjangan yang diberikan oleh perusahaan atau pemerintah menjadi faktor penentu dalam memilih jalur karir ini. Budaya keluarga dan lingkungan juga memainkan peran penting dalam membentuk pandangan ini, di mana menjadi karyawan atau PNS seringkali dianggap sebagai pencapaian yang membanggakan bagi individu dan keluarga mereka. Sebagai hasilnya, wirausaha sering kali dianggap sebagai alternatif yang kurang diinginkan atau dianggap lebih berisiko, menyebabkan sebagian besar masyarakat cenderung memilih jalur yang lebih konvensional sebagai karyawan atau PNS. Disisi lain, penyedia lapangan pekerjaan tidak mampu menyesuaikan dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi. Meskipun pertumbuhan penduduk yang pesat menunjukkan potensi pasar yang besar, namun kenyataannya, jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia tidak sebanding dengan jumlah orang yang masuk ke pasar kerja setiap tahunnya. Hal ini mengakibatkan tingginya tingkat

pengangguran di berbagai wilayah di Indonesia.

Gambar 1 Presentase Pengangguran Menurut Pendidikan 2023



Sumber: Booklet BPS (diakses 3 April 2024)

Menurut data pada BPS (Badan Pusat Statistik) persentase pengangguran menurut pendidikan di tahun 2023 pada tingkat tinggi atau merupakan lulusan diploma ke atas sebanyak 5,59% (Direktorat Statistik Kependudukan dan Ketenagakerjaan, 2023). Jika kedepannya tetap seperti ini maka akan semakin banyak pengangguran yang ada di Indonesia. Para pencari kerja tidak selamanya bisa bergantung pada ketersediaan lapangan pekerjaan, karena jika dilihat dari data BPS angka pertumbuhan penduduk di Indonesia naik 1,05% dari tahun sebelumnya dengan jumlah penduduk 275,77 juta jiwa menjadi 278,69 juta jiwa di tahun 2023 (Direktorat Statistik Kependudukan dan Ketenagakerjaan, 2023). Semakin banyak pertumbuhan penduduk maka akan berbanding terbalik dengan peluang untuk mencari kerja yang akan semakin kecil karena terjadi persaingan yang ketat, salah satu solusi untuk mengatasi masalah pengangguran akibat kurangnya lapangan pekerjaan ini adalah membuka lapangan pekerjaan baru dengan berwirausaha. Berdasarkan data yang dikutip dari www.cnbcindonesia.com UMKM yang telah mendaftarkan usahanya pada website

www.oss.go.id tahun 2022 sejumlah 8,71 juta unit. Dengan terus bertambahnya jumlah UMKM di Indonesia maka akan tercipta lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang kemudian akan meminimalisir angka pengangguran di Indonesia (Mutiara, 2023).

Gambar 2 Minat Kewirausahaan Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Indonesia Tahun 2020



Sumber: (Harahap, 2022).

Tingginya tingkat pengangguran tersebut salah satunya karena minat berwirausaha generasi muda yang rendah. Berdasarkan gambar di atas, tingkat pendidikan tinggi memiliki minat berwirausaha paling rendah di antara tingkat pendidikan di bawah sekolah menengah atas dan sekolah menengah pertama, dengan 6,14%. Berdasarkan data di atas penulis tertarik untuk meneliti alasannya lebih lanjut berdasarkan statistik mengenai rendahnya minat berwirausaha di tingkat perguruan tinggi dan tren saat ini. Pentingnya melakukan kajian terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi minat berwirausaha siswa karena adanya hipotesis bahwa minat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain Pengaruh *Positive Impact Use of Social Media*, *Enterpreneurial Knowledge*, Serta *Capital Availability*.

Adapun faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha generasi muda ialah penggunaan sosial media. *Positive Impact Use of Social Media* adalah dampak positif dari penggunaan sosial media. Menurut Cross (2013) dalam (Sahroh, 2018) “media sosial adalah ungkapan yang mengacu pada sekelompok teknologi yang menyatukan orang-orang untuk berkolaborasi, berbagi informasi, dan interaksi konten pesan online.”. Dalam era digital ini, media sosial tidak hanya menjadi alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan teman-teman, dampak positif lainnya dirasakan juga oleh banyak individu dan bisnis, media sosial adalah alat pemasaran yang efektif yang memungkinkan mereka mencapai pasar yang lebih besar dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Banyak generasi muda yang terhubung melalui platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter dimana melalui platform tersebut sering dijumpai aktifitas promosi yang dilakukan pemilik usaha untuk mempromosikan produk atau layanan bisnis mereka. Dari sini *Positive Impact* penggunaan media sosial dapat merangsang minat generasi muda untuk memulai usahanya, mereka dapat memanfaatkan berbagai fitur seperti iklan berbayar, konten berbagi, dan kolaborasi dengan influencer untuk mencapai audiens yang lebih besar dengan biaya yang lebih rendah. Menurut Carr & Hayes (2015) dalam (Fairuz Mahdiyyah & Tjipto Subroto, 2022) media sosial merupakan infrastruktur online yang memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk terhubung dan berkomunikasi dengan komunitas yang lebih luas, meskipun tidak mendorong harga diri konsumen yang bersumber dari konsentrasi, loyalitas, dan

kesadaran akan hubungan pribadi dengan orang lain.

Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha pada generasi muda ialah kurikulum pembelajaran kewirausahaan di bangku perkuliahan. *Enterpreneurial Knowledge* adalah pengetahuan berwirausaha, menurut (Alma, 2013) dalam (Yanti, 2019) proses mendidik siswa untuk mendirikan usaha sekaligus memupuk jiwa kewirausahaan untuk menghasilkan wirausahawan yang terampil dikenal dengan pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan merupakan upaya dari pemerintah untuk memperkenalkan dan memberikan pengetahuan tentang dunia entrepreneur pada generasi muda. Menurut Chimucheka (2013) dalam (Yanti, 2019) bahwa salah satu faktor yang melatarbelakangi tumbuhnya kewirausahaan di suatu negara adalah peran perguruan tinggi dalam menyelenggarakan pendidikan kewirausahaan.

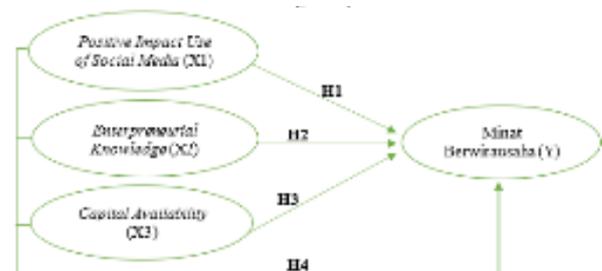
Variabel yang mempengaruhi minat berwirausaha selain *Positive Impact Use of Social Media* dan *Enterpreneurial Knowledge*, ialah *Capital Availability* yang merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam pengaruh minat berwirausaha generasi muda. Menurut (Putri dkk., 2014) dalam (Wardani & Dewi, 2021) Sejumlah uang yang dapat digunakan untuk membiayai berbagai kebutuhan bisnis disebut modal bisnis. Salah satu bentuk *Capital Availability* yang paling jelas adalah modal finansial. Memulai bisnis seringkali memerlukan investasi awal untuk peralatan, bahan baku, pemasaran, dan sebagainya. Generasi muda yang memiliki akses ke modal finansial atau dukungan keuangan lebih mungkin merasa

percaya diri untuk memulai bisnis mereka. Sebaliknya, kurangnya modal dapat menjadi hambatan yang signifikan. Menurut (Putri dkk., 2014) dalam (Wardani & Dewi, 2021) modal usaha seharusnya tersedia sebelum seseorang memutuskan untuk memulai usahanya.

Berdasarkan masalah tingginya tingkat pengangguran di Indonesia dan rendahnya minat berwirausaha generasi muda di Indonesia serta tinjauan pustaka di atas, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor di atas dalam menentukan minat wirausaha generasi muda dengan menjadikan mahasiswa program Administrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 di Surabaya yang telah lulus mata kuliah Kewirausahaan sebagai sampel dalam penelitian ini. Dengan demikian, penulis memilih judul penelitian ini sebagai berikut: “Pengaruh *Positive Impact Use of Social Media*, *Enterpreneurial Knowledge*, Dan *Capital Availability* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Administrasi Niaga Untag Surabaya.”

HIPOTESIS

Gambar 3 Kerangka Berpikir



Sumber: *Data primer diolah penulis, 2024*

1. H0₁: Tidak ada pengaruh antara *Positive Impact Use of Social Media* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP Program Studi Administrasi Niaga Untag Surabaya

Ha₁: Ada pengaruh antara *Positive Impact Use of Social Media* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP Program Studi Administrasi Niaga Untag Surabaya

2. H₀₂: Tidak ada pengaruh antara *Enterpreneurial Knowledge* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya

Ha₂: Ada pengaruh antara *Enterpreneurial Knowledge* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya

3. H₀₃: Tidak ada pengaruh antara *Capital Availability* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya

Ha₃: Ada pengaruh antara *Capital Availability* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya

4. H₀₄: Tidak ada pengaruh antara *Positive Impact Use of Social Media, Enterpreneurial Knowledge, Capital Availability* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya

Ha₄: Ada pengaruh antara *Positive Impact Use of Social Media, Enterpreneurial Knowledge, Capital Availability* terhadap Minat berwirausaha mahasiswa FISIP program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai dengan Mei 2024, objek dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa

program studi Administrasi Niaga Untag Surabaya yang sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Penelitian ini dijelaskan dengan metode kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel X dalam penelitian ini adalah: *Positive Impact Use of Social Media* (X1); *Enterpreneurial Knowledge* (X2); *Capital Availability* (X3), dan untuk variabel Y nya adalah Minat Berwirausaha (Y1). Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini akan menggunakan kuisisioner berisi pertanyaan yang akan dibagikan kepada Mahasiswa Administrasi Niaga Untag Surabaya yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel		R. hitung	R tabel	Kesimpulan
<i>Positive Impact Use of Social Media</i> (X1)	X1.1	0,761	>0,361	Valid
	X1.2	0,465	>0,361	Valid
	X1.3	0,727	>0,361	Valid
<i>Enterpreneurial Knowledge</i> (X2)	X2.1	0,708	>0,361	Valid
	X2.2	0,747	>0,361	Valid
	X2.3	0,720	>0,361	Valid
<i>Capital Availability</i> (X3)	X3.1	0,834	>0,361	Valid
	X3.2	0,739	>0,361	Valid
	X3.3	0,755	>0,361	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	Y1	0,918	>0,361	Valid
	Y2	0,837	>0,361	Valid
	Y3	0,768	>0,361	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti 2024

Uji validitas menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam variabel berdasarkan persepsi responden, dianggap valid karena nilai r hitung > nilai r tabel, yaitu 0,361.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Kesimpulan
<i>Positive Impact Use of Social Media</i>	0,745	0,60	Reliabel
<i>Entrepreneurial Knowledge</i>	0,720	0,60	Reliabel
<i>Capital Availability</i>	0,670	0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha	0,794	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti 2024

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap variabel dianggap dapat diandalkan karena nilai Cronbach's Alpha nya lebih besar dari 0,60.

Analisa Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.412	1.598		2.135	.035
	Positive Impact Use of Social Media	.253	.117	.222	2.163	.033
	Entrepreneurial Knowledge	.274	.101	.252	2.720	.008
	Capital Availability	.223	.105	.212	2.115	.037

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Dari tabel diatas dapat dibentuk persentasenya:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.x_2 + b_3.X_3 + e$$

$$= 3,412 + 0,253 + 0,274 + 0,223 + e$$

1. Nilai konstanta a sebesar 3,412 merupakan keadaan saat Minat Berwirausaha (Y) belum dipengaruhi oleh variable lain
2. b1 sebesar 0,253 bahwa *Positive Impact Use of Social Media* (X1) bernilai positif, maka jika X1 meningkat Y akan meningkat sebesar 0,253.
3. b2 sebesar 0,274 bahwa *Entrepreneurial Knowledge* (X2) bernilai positif maka jika X2 meningkat Y akan meningkat sebesar 0,274.
4. b3 sebesar 0,223 bahwa *Capital Availability* (X3) bernilai positif maka jika X2 meningkat Y akan meningkat sebesar 0,223.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Tabel 4 Uji-t (Parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.412	1.598		2.135	.035
	Positive Impact Use of Social Media	.253	.117	.222	2.163	.033
	Entrepreneurial Knowledge	.274	.101	.252	2.720	.008
	Capital Availability	.223	.105	.212	2.115	.037

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data Diolah Peneliti 2024

a. Hipotesis Pertama

Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh *Positive Impact Use of Social Media* terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

b. Hipotesis Kedua

Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh *Entrepreneurial Knowledge* terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

c. Hipotesis Ketiga

Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh *Capital Availability* terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

Uji F (Simultan)

Tabel 5 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.712	3	21.904	11.374	.000 ^b
	Residual	184.878	96	1.926		
	Total	250.590	99			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha
b. Predictors: (Constant), Capital Availability, Entrepreneurial Knowledge, Positive Impact Use of Social Media

Sumber: Data Diolah Peneliti 2024

Diperoleh nilai F hitung 11,374 dan F tabel 2,70 sehingga nilai F hitung lebih besar dari F tabel dan tingkat signifikan 0,000 kurang dari 0,05. Mengindikasikan variabel *Positive Impact Use of Social Media*, *Entrepreneurial Knowledge*, *Capital Availability* berpengaruh secara simultan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6 Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 ^a	.262	.239	1.388
a. Predictors: (Constant), Capital Availability, Entrepreneurial Knowledge, Positive Impact Use of Social Media				

Sumber: Data Diolah Peneliti 2024

R Square sebesar 0,262 atau 26,2% sisanya 73,8% dijelaskan oleh variable-variabel lain seperti Lingkungan Sosial, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri, Motivasi Berwirausaha, dan lain-lain.

KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini ialah untuk memahami pengaruh *Positive Impact Use of Social Media*, *Entrepreneurial Knowledge* dan *Capital Availability* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FISIP Prodi Administrasi Niaga Untag Surabaya. Dengan jumlah responden 100 orang yaitu mahasiswa aktif Administrasi Niaga yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan angkatan 2020-2023. Dari hasil uji yang telah dilakukan dengan variabel *Positive Impact Use of Social, Entrepreneurial Knowledge*, dan *Capital Availability* dapat ditarik kesimpulan bahwa *Positive Impact Use of Social Media*, *Entrepreneurial Knowledge* dan *Capital Availability* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Adminitrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

1. *Positive Impact Use of Social* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya.
2. Kemudian untuk variabel *Entrepreneurial Knowledge* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya.

3. Selain itu, variabel *Capital Availability* secara parsial menunjukkan pengaruh yang positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya.
4. Untuk variabel *Positive Impact Use of Social Media*, *Entrepreneurial Knowledge*, dan *Capital Availability* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi UNTAG Surabaya.

REKOMENDASI

Rekomendasi penulis pada program studi Administrasi Niaga FISIP UNTAG Surabaya didasarkan pada temuan penelitian terkait pengaruh pengaruh *Positive Impact Use of Social Media*, *Entrepreneurial Knowledge* dan *Capital Availability* terhadap minat berwirausaha Mahasiswa FISIP Prodi Administrasi Niaga Untag Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Positive Impact Use of Social Media*, untuk Prodi Administrasi Niaga sebaiknya agar memberikan fasilitas serta wadah berupa komunitas wirausaha yang didalamnya dilakukan pelatihan khusus dalam strategi pemasaran digital, manajemen media sosial, serta pengelolaan konten kreatif. Selain itu, prodi juga menawarkan bimbingan dari dosen dan praktisi yang berpengalaman di bidang kewirausahaan dan media digital. Bagi mahasiswa yang ingin membangun dan mengembangkan usahanya, media sosial menawarkan platform yang luas dan beragam untuk memasarkan produk atau jasa secara efektif tanpa memerlukan biaya besar. Dengan strategi pemasaran yang tepat, kalian dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan spesifik sesuai target

pasar. dengan memberikan pelatihan terkait pembuatan dan penggunaan sosial media sebagai media promosi dan perluasan pasar.

2. Variabel *Entrepreneurial Knowledge*, sebaiknya Fakultas melakukan pengembangan metode pendidikan dengan lebih memfokuskan pada praktik kewirausahaan secara langsung dan lebih mengoptimalkan kegunaan laboratorium kewirausahaan, sehingga mahasiswa tidak hanya mendapat teori atau materi saja terkait pendidikan kewirausahaan.

Bagi mahasiswa FISIP Administrasi Niaga agar memanfaatkan semua kesempatan yang ditawarkan oleh Universitas terkait pendidikan kewirausahaan. Dengan dasar yang kuat, kalian akan lebih siap untuk memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha kalian dengan percaya diri dan sukses.

3. Variabel *Capital Availability* sebaiknya Prodi Administrasi Niaga agar memberikan pengertian dan menanamkan mindset kepada mahasiswa bahwa untuk memulai usaha tidak harus menunggu modal yang banyak, modal bisa berasal dari diri sendiri. Lebih dari sekadar uang, inisiatif, kreativitas, dan ketekunan dapat menjadi kunci kesuksesan, fokus pada pengembangan ide yang unik, memanfaatkan sumber daya yang ada. Bagi mahasiswa, memanfaatkan modal dengan bijak adalah salah satu kunci sukses dalam berwirausaha. Dengan perencanaan yang tepat, pengelolaan yang efisien, dan investasi yang strategis, kalian dapat memaksimalkan potensi bisnis dan mencapai tujuan yang diinginkan. Selain itu, modal bukan hanya berupa uang tetapi juga

keterampilan, pengetahuan dan relasi juga merupakan modal yang penting untuk berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. S. (2022). *Peran Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik Di Mts Darussalam Kebayunan Kecamatan Tapos Kota Depok*. 53–54.
- Arnesia, K. (2020). Pengaruh Keterampilan Wirausaha Dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(1), 14–20.
- Cendyta, G. P., Novaria, R., & Andayani, S. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2), 1–21.
- Direktorat Statistik Kependudukan Dan Ketenagakerjaan. (2023). Booklet Sakernas Februari 2023. In D. S. K. Dan Ketenagakerjaan (Ed.), *Bps* (Vol. 11, Nomor 1). Bps.
- Fairuz Mahdiyyah, K., & Tjipto Subroto, W. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 175–188.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*.
- Ginting, M. C. (2018). *Jurnal Manajemen*. 4(2), 187–196.
- Harahap, E. F. (2022). Peran Pembelajaran Akuntansi Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Learning Manajemen System Sebagai Variabel Moderating.

- Jurnal Algoritma Universitas Garut*, 19(1), 297–304.
- Hidayati, N. A., & Rosmita. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Valuta Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ekonomi*, 8(1), 53–67.
- Lampauta, J. P., Mulyanti, D. J., & Martua, I. A. (2023). Pengaruh Kemampuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Laundry Di. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 9(2), 1–7.
- Meifa, Y. T., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lingkungan Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 43–64.
- Mutiara, A. (2023). *Jumlah Umkm Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi “Tameng” Resesi?* Cnbc Indonesia.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss. In *Cv. Wade Group*.
- Purwanto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. In Saifudin Ahmad (Ed.)
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., & Darwin. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Nomor March).
- Putri, K., Pradhanawarti, A., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(24), 1–10.
- Putri, W., Khairunnisa, Nelly, & Nadilah. (2023). Analisis Kinerja Pengelolaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah Pada Badan Pengelola Keuangan Dan Aset Daerah Kota Palembang Periode Tahun 2019-2022. *Jurnal Sustainability: Riset Akuntansi*, 1(2), 106–124.
- Rijalus, M. (2018). Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call For Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Hal 149-160 2018. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 149–160.
- 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), 208–215.
- Sanggabuwana, D., & Andrini, S. (2017). (Ukm) S. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 172–181.
- Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Suryana, I. G. N. R., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2020). Perjanjian Kerja Sama (Joint Venture) Penanaman. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 1(2), 346–351.
- Tambunan, E. S. (2020). Sunday Morning. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(3), 239–247.
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi Dan Modal Usaha Terhadap

Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93.

Wardhani, P. S. N., & Nastiti, D. (2023). Implementasi Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(2), 177–191.

Wiratno, S. (2012). (The Implemtation Of Entrepreneurship Education In The Higher Education). *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 18(4), 453–466.

Yanti, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus Of Control Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 268–283.