

**Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro**

**Febriyanto<sup>1</sup>, Fitriani<sup>2</sup>, Dandi Rama Setiawan<sup>3</sup>**  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Metro  
E-mail : [dandiramasetiawan0@gmail.com](mailto:dandiramasetiawan0@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan guna untuk mengetahui pengaruh dari literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Accidental Sampling*. Hanya 90 sampel yang digunakan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Data yang digunakan adalah data primer dengan pembagian kuesioner berupa daftar pertanyaan-pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban bagi responden. Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah uji analisis regresi linier berganda dan di uji menggunakan program *statistica packages for the social science* (SPSS) versi 25. Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial memberikan pengaruh yang positif atau signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

**Kata kunci :** Literasi Ekonomi, Tingkat Penggunaan Media Sosial, Minat Berwirausaha

**Abstract**

*This research was conducted in order to determine the effect of economic literacy and the level of use of social media on the entrepreneurial interest of FEB students, Muhammadiyah Metro University. The type of research used is quantitative research. Sampling technique using Accidental Sampling. Only 90 samples used were in accordance with predetermined criteria. The data used is primary data with the distribution of questionnaires in the form of a list of questions with several alternative answers for respondents. The statistical test used to test the hypothesis is multiple linear regression analysis and tested using the statistical packages for the social science (SPSS) version 25 program. Based on the results of statistical tests, it shows that economic literacy and the level of use of social media have a positive or significant influence on the entrepreneurial interest of FEB students, Muhammadiyah Metro University.*

**Keywords :** *Economic Literacy, Level of Use of Social Media, Interest in Entrepreneurshi*

**I. PENDAHULUAN**

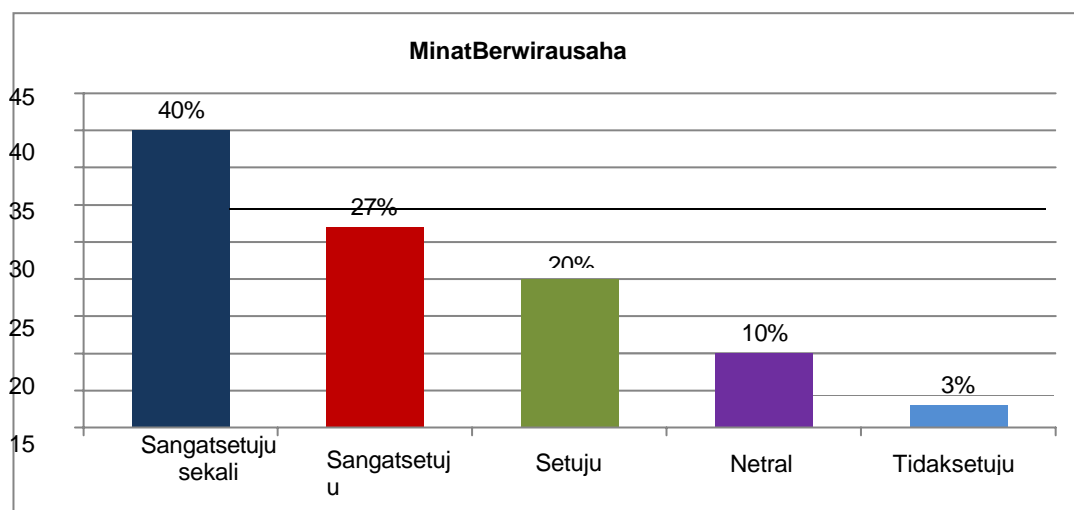
Perkembangan teknologi semakin pesat dan jumlah sarjana yang semakin banyak menimbulkan persaingan kerja yang semakin berat serta belum dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan berwirausaha pada mahasiswa. Literasi ekonomi menjadi salah satu pilihan yang wajib dimiliki oleh seseorang. Sebagai individu juga perlu memiliki tingkat literasi yang tinggi agar dapat mewujudkan tujuan utama dalam berekonomi, yakni memperoleh kesejahteraan. Literasi ekonomi yang tinggi secara umum dapat

meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Faktanya, tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang cukup mampu untuk membuat keputusan yang tepat dan cerdas

Di era digitalisasi saat ini, apa pun bisa dikaitkan dengan internet. Konsumen juga mulai mengubah perilakunya untuk melakukan pembelian secara online (Sumerta *et al.*, 2019:628). Sehingga seorang wirausahawan harus memikirkan bahwa sosial media merupakan salah satu opsi dalam mengembangkan usaha. Ada berbagai hal yang dapat membuat seseorang memiliki minat untuk berwirausaha, salah satunya adalah penggunaan media sosial karena peran media sosial diakui dalam mendorong kinerja bisnis, media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara komunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

Penggunaan media sosial bahwa media sosial yang dimiliki seseorang dapat bermanfaat lebih dari sekedar berkomunikasi untuk membagikan informasi saja. Sehingga dengan adanya media sosial sekarang yang telah di unggah seseorang dapat memanfaatkan dan memiliki peran penting dengan cara berwirausaha melalui jejaring sosial seperti *instagram, facebook, twitter, Tiktok* dan *Linkedln* dapat dengan mudah mempromosikan barang dan jasa melalui sosial media sehingga dapat dengan mudah memulai bisnis atau sebuah usaha baru. Media sosial memiliki peranan penting dalam kewirausahaan, dengan memiliki sosial media dapat membantu menemukan konsumen baru dan dapat memperluas pasar sehingga dimanapun kita berada baik dalam negeri atau luar negeri, dengan hanya memanfaatkan sosial media penjual dengan calon konsumen akan tetap bertemu melalui transaksi *chatting* pada jejaring sosial.

Pada dasarnya, mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi yang cukup baik dan menggunakan media sosial dapat memunculkan minat untuk berwirausaha khususnya pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Berdasarkan hal tersebut maka



dilakukan kuesioner pra survei sementara yang dibagikan kepada 30 responden (mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro).

Sumber: Diolah oleh peneliti (2022)

**Gambar 1. Hasil Kuesioner PraSurvey Mengenai Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro**

## II. KAJIAN LITERATUR

### A. Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Hadari (2011:42), Manajemen sumber daya manusia merupakan proses mendayakan manusia sebagai tenaga kerja secara manusiawi, agar potensi fisik dan psikis yang dimilikinya berfungsi maksimal bagi pencapaian tujuan organisasi. Menurut

Susan (2019:956), MSDM adalah suatu hal yang berkaitan dengan pendayagunaan manusia dalam melakukan suatu pekerjaan untuk mencapai tingkat maksimal atau efektif dan efisien dalam mewujudkan tujuan yang akan dicapai dalam perusahaan, seorang karyawan dan juga masyarakat. Istilah manajemen sumber daya manusia sering disepadankan dengan istilah manajemen personalia, manajemen sumber daya insani, manajemen kepegawaian, manajemen tenaga kerja, administrasi personil, administrasi kepegawaian, dan berbagai istilahnya, (Suwatno,2013:8).

### **B. Literasi Ekonomi**

Menurut Kahyangan (2022:34), Literasi ekonomi merupakan dua kata yang dihubungkan dan menghasilkan suatu pemahaman baru. Literasi ekonomi berasal dari kata literasi yang dihubungkan dengan kata ekonomi. Literasi ekonomi dapat diartikan sebagai kepemilikan pemahaman hingga kemampuan dan penguasaan penerapan terkait ilmu ekonomi yang dimiliki. Literasi ekonomi bukan sebatas pemahaman namun hingga kemampuan mengaplikasikan ilmu ekonomi kedalam kehidupan sehari-hari. Literasi ekonomi bertujuan untuk memperbaiki dan memperoleh kesejahteraan melalui kemampuan dalam mengenali serta memakai konsep-konsep dan cara berpikir ekonomi (Sina, 2012:136).

Menurut Salsabila (2019:3), literasi ekonomi adalah kemampuan untuk menggunakan konsep dasar ekonomi dan cara berpikir kritis dalam pembuatan keputusan ekonomi. Literasi ekonomi dapat membuat seseorang menjadi cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kesejahteraan dengan cara mengaplikasikan konsep ekonomi tersebut. Sejalan dengan penelitian (Naila et al.,2020:15) literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha mahasiswa dilihat dari indikator mampu menganalisis perubahan permintaan dan penawaran barang atau jasa, mengelola peran kewirausahaan dan mampu mengalokasikan pendapatan individu. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Febriyanto, *et al* (2022) *Entrepreneurship is an individual response, particularly by business owners, to the opportunities generated by the mass availability of information, so that an entrepreneur can utilize his expertise to innovate and improve the financial performance of the organization*. Menurut Sina (2012:136), literasi ekonomi merupakan alat untuk mencapai tujuan, hanya saja pada kenyataannya tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang tinggi sehingga mengkerucutkan peluang mencapai kesejahteraan.

### **C. Tingkat Penggunaan Media Sosial**

Media sosial (*social media*) atau juga yang biasa disebut Jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Menurut Nursalam (2016:56) jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat webpage pribadi, lalu terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial adalah bagian dari internet, yaitu sebuah kelompok aplikasiberbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* Web 2.0 menjadi *platform* dasar media sosial. Jejaring sosial dan blog merupakan media yang banyak digunakan oleh masyarakat. Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks,gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler, Keller 2012: 568).

Menurut Cross (2013:52), “media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang kedalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web”. Menurut Kahyangan (2022:35), Media Sosial merupakan pengabungan sosiologi dan teknologi yang memungkinkan individu melakukan interaksi sosial melalui dunia virtual. Selain itu media sosial adalah aplikasi internet yang

memungkinkan semua penggunanya saling berhubungan dengan menciptakan dan membagikan atau menerima informasi antar pengguna. Menurut Cahyono (2016:145) dalam waktu yang singkat, cepat dan terbatas, media sosial dapat membagikan informasi dengan menarik siapa saja untuk berpartisipasi dalam memberikan kontribusinya terkait penyebaran informasi.

#### **D. Minat Berwirausaha**

Minat berwirausaha menurut (Mustofa, 2020:18) minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha. Takdir et al. (2015) menjelaskan wirausaha ialah individu yang dapat menilai dan melihat peluang usaha, sumberdaya yang diperlukan dalam memperoleh keuntungan, dan langkah yang tepat untuk memastikan keberhasilan tersebut. Menurut Kahyangan (2022:35), wirausaha adalah individu yang dapat menilai peluang usaha untuk mendapat keuntungan dengan berbagai upaya yang dilakukan. Perguruan tinggi harus menganggap penting kewirausahaan dikampus dan menjadikan mata kuliah kewirausahaan sebagai hal yang harus diberikan kepada mahasiswa, materi kewirausahaan tidak sebatas formalitas belaka, sehingga harus di design materi dan metode pembelajarannya (Febriyanto : 2013).

Menurut Zulatsari (2018:158), minat berwirausaha merupakan rasa ingin, tertarik dan bersedia dalam bekerjamaupun kemauan yang gigih dengan adanya pemusatan perhatian untuk berwirausaha dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup tanpa adanya rasa ragu dan takut terhadap risiko yang akan datang, serta senantiasa menjadikan kegagalan yang telah dialami menjadi proses pembelajaran serta terus mengembangkan usaha yang telah diciptakannya. Sahroh (2018:211) mengemukakan bahwa sebuah minat berwirausaha merupakan usaha seseorang untuk berani mencoba melakukan praktik kewirausahaan dan seberapa banyak sebuah usaha yang direncanakan seseorang untuk pengelolaan dalam keuangan dan waktu. Menurut Febriyanto (2013), Banyaknya pengangguran serta kurangnya minat berwirausaha menjadi autokritik terhadap peran dari perguruan tinggi. Perguruan tinggi memiliki peran yang besar dan memiliki peluang untuk menanamkan sikap mental kewirausahaan sehingga lulusannya tidak hanya ahli pada suatu bidang akademi namun juga mampu melahirkan wirausahawan-wirausahawan baru yang siap menjadi pahlawan ekonomi.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif dimana data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan.

#### **B. Tahapan Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Dalam penelitian ini populasinya adalah Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro sebanyak 1.027.

##### **2. Teknik Sampling**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Maksudnya adalah pengambilan sampel sesuai dengan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan bisa dijadikan

sebagai sampel, bila cocok maka akan dijadikan sebagai sumber data. Maka penentuan jumlah sampel minimum dalam penelitian didasarkan pada perhitungan *rumus slovin*, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Sehingga berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,027}{1 + 1,027(0,10)^2} \\ &= \frac{1,027}{1 + 1,027(0,01)} \\ &= \frac{1,027}{11,27} \\ n &= 90 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan, didapatkan jumlah minimum sampel yang akan digunakan yaitu 90 responden.

### **C. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel mendefinisikan dan menguraikan serta menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti mencakup indikator-indikator yang terdapat pada masing-masing variabel. Adapun definisi operasional variabel sebagai berikut :

#### **1. Variabel Independen (X)**

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial.

##### **a. Literasi Ekonomi (X1)**

1. Definisi Konseptual : Literasi ekonomi merupakan kemampuan, cara berfikir, *skill* dan alat yang digunakan untuk membuat keputusan ekonomi yang tepat sehingga mampu mengelola peran berwirausaha, mengalokasikan pendapatan individu dan mampu menganalisis perubahan permintaan dan penawaran.
2. Definisi Operasional : Literasi ekonomi merupakan kemampuan, cara berfikir, *skill* dan alat yang digunakan untuk membuat keputusan ekonomi yang tepat sehingga mampu mengelola peran berwirausaha, mengalokasikan pendapatan individu dan mampu menganalisis perubahan permintaan dan penawaran yang akan diukur menggunakan instrumen dengan skala likert yang akan diberikan kepada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

##### **b. Tingkat Penggunaan Media Sosial (X2)**

1. Definisi Konseptual : media sosial merupakan suatu situs, bagian dari internet, berbagai macam teknologi yang digunakan serta penggabungan dari sosiologi dan teknologi dan sebagai sarana berkomunikasi, suatu akses serta adanya pemanfaatan didalamnya.
2. Definisi Operasional : media sosial merupakan suatu situs, bagian dari internet, berbagai macam teknologi yang digunakan serta penggabungan dari sosiologi dan teknologi dan sebagai sarana berkomunikasi, suatu akses serta adanya pemanfaatan didalamnya yang akan diukur menggunakan instrumen dengan skala likert yang akan diberikan kepada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha.

### a. Minat Berwirausaha (Y)

1. Definisi Konseptual : Minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian, rasa ingin, menilai peluang usaha, ketertarikan dan berusaha untuk mendapatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa adanya rasa takut akan resiko sehingga menimbulkan sikap umum terhadap aktivitas kewirausahaan, kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas kewirausahaan, serta merasa senang dengan aktivitas kewirausahaan.
2. Definisi Operasional : Minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian, rasa ingin, menilai peluang usaha, ketertarikan dan berusaha untuk mendapatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa adanya rasa takut akan resiko sehingga menimbulkan sikap umum terhadap aktivitas kewirausahaan, kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas kewirausahaan, serta merasa senang dengan aktivitas kewirausahaan yang akan diukur menggunakan instrumen dengan skala likert yang akan diberikan kepada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

## D. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan analisis data dengan statistik deskriptif dan uji persyaratan analisis sebagaimana dijelaskan berikut ini.

### 1. Uji Validitas

Menurut Suwanto (2020:49), Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji ini sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Agar diperoleh kevalidan kuesioner, maka sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data dilakukan uji coba.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui konsistensi alur ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak (Suwanto, 2020:56). Uji normalitas ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, maupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berasal dari distribusi yang normal, jika data tidak berdistribusi normal maka metode alternatif yang digunakan adalah *statistic non parametric*. Yaitu dengan menggunakan uji Liliefors dengan melihat nilai pada Kolmogorov-Smirnov.

### 4. Uji Linieritas

Menurut Suwanto (2020:59), Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikan 0,05.

### 5. Uji Homogenitas

Menurut Suwanto (2020:62), Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis *independent samples T Test* dan *one way ANOVA*. Asumsi yang mendasar dalam analisis varian ANOVA adalah bahwa varian dari populasi adalah sama.

### 6. Analisis Regresi Berganda

Menurut Suwanto (2020:76), Analisis regresi adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen(X) dengan variabel dependen(Y). Regresi berganda sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.

#### **7. Uji Parsial (Uji T)**

Uji T dimaksudkan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel bebas yang lain tidak berubah. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan pada uji T adalah sebagai berikut (Ghozali,2016:96) :

1. Jika nilai signifikansi uji T  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen(Y).
2. Jika nilai signifikansi uji T  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen(X) terhadap variabel dependen(Y).

#### **8. Uji Simultan (Uji F)**

Pengujian yang dilakukan ini adalah dengan uji parameter b (uji korelasi) dengan menggunakan uji F statistik. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat digunakan uji F. Distribusi F ini ditentukan oleh derajat kebebasan pembilang dan penyebut, yaitu k dan (n-k-1). Variabel independen akan dikatakan berpengaruh signifikan secara simultan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5%.

Untuk uji F, kriteria yang digunakan adalah(Ghozali, 2016:96) :

1. Jika nilai signifikan F  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya semua variabel independen memiliki pengaruh yang positif atau signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan F  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya semua variabel independen tidak memiliki pengaruh yang positif atau signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

#### **9. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Uji Validitas**

Adapun hasil dari uji validitas adalah sebagai berikut:

##### **a. Uji Validitas Variabel Literasi Ekonomi (X1)**

Berdasarkan pada hasil dari uji validitas variabel literasi ekonomi memiliki butir yang valid sebanyak 17 butir. hal ini disebabkan karena hasil *corrected item-total correlation* memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel} = 0,2050$ . Sedangkan 3 butir tidak valid disebabkan karena hasil *corrected item-total correlation* memiliki nilai yang lebih kecil dibanding nilai  $r_{tabel} = 0,2050$ . Dengan demikian pertanyaan pada uji validitas variabel literasi ekonomi layak (valid) dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

##### **b. Uji Validitas Variabel Tingkat Penggunaan Media Sosial (X2)**

Berdasarkan pada hasil dari uji validitas variabel tingkat penggunaan media sosial memiliki butir yang valid sebanyak 17 butir. hal ini disebabkan karena hasil *corrected item-total correlation* memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel} =$

0,2050. Sedangkan 3 butir tidak valid disebabkan karena hasil *corrected item-total correlation* memiliki nilai yang lebih kecil dibanding nilai  $r_{tabel} = 0,2050$ . Dengan demikian pertanyaan pada uji validitas variabel tingkat penggunaan media sosial layak (valid) dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

c. Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan pada tabel 6 diatas, menunjukkan bahwa hasil dari uji validitas variabel minat berwirausaha memiliki butir yang valid sebanyak 19 butir. hal ini disebabkan karena hasil *corrected item-total correlation* memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel} = 0,2050$ . Sedangkan 1 butir tidak valid disebabkan karena hasil *corrected item-total correlation* memiliki nilai yang lebih kecil dibanding nilai  $r_{tabel} = 0,2050$ . Dengan demikian pertanyaan pada uji validitas variabel minat berwirausaha layak (valid) dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

### B. Uji Reliabilitas

Adapun hasil dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

a. Uji Reliabilitas Variabel Literasi Ekonomi (X1)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel literasi ekonomi (X1) sebesar 0,850. Karena nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel

b. Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Penggunaan Media Sosial (X2)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel tingkat penggunaan media sosial(X2) sebesar 0,864. Karena nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

c. Uji Reliabilitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel minat berwirausaha (Y) sebesar 0,865. Karena nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

### C. Uji Normalitas

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Nilai $\alpha$	Nilai Sig	Intrepretasi
Literasi Ekonomi (X1)	0,05	0,200	Normal
Tingkat Penggunaan Media Sosia (X2)	0,05	0,200	Normal
Minat Berwirausaha (Y)	0,05	0,034	Tidak Normal

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *SPSS Versi 25*.

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa masing-masing variabel yaitu literasi ekonomi memiliki nilai sig 0,200, tingkat penggunaan media sosial memiliki nilai sig 0,200. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa angka signifikan (sig)  $> 0,05$  sehingga variabel literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro dinyatakan normal. Sedangkan minat berwirausaha memiliki nilai sig 0,034. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa angka signifikan (sig)  $< 0,05$  sehingga variabel minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro dinyatakan tidak normal.

**D. Uji Linieritas**

**Tabel 2. ANOVA Linieritas Y atas X1**  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MinatBerwirausaha * LiterasiEkonomi	Between Groups	(Combined)	3500.408	34	102.953	1.263	.217
		Linearity	206.603	1	206.603	2.534	.117
		Deviation from Linearity	3293.805	33	99.812	1.224	.249
	Within Groups		4484.048	55	81.528		
	Total		7984.456	89			

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *SPSS Versi 25*.

Berdasarkan tabel 2 dari hasil uji linieritas diatas diperoleh nilai sig sebesar 0,249 > 0,05 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel minat berwirausaha(Y) dan literasi ekonomi (X1). Diketahui nilai  $f_{hitung}$  1,224 dan diperoleh nilai  $f_{tabel}$  pada nilai penyebut 33 serta pembilang 55 adalah sebesar 1,69. Karena nilai  $f_{hitung}$  lebih kecil dari  $f_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel variabel minat berwirausaha(Y) dan literasi ekonomi (X1).

**Tabel 3. ANOVA Linieritas Y atas X2**  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MinatBerwirausaha * TingkatPenggunaanMediaSosial	Between Groups	(Combined)	4427.281	31	142.816	2.329	.003
		Linearity	1418.249	1	1418.249	23.125	.000
		Deviation from Linearity	3009.032	30	100.301	1.635	.054
	Within Groups		3557.175	58	61.331		
	Total		7984.456	89			

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *SPSS Versi 25*.

Berdasarkan tabel 3 dari hasil uji linieritas diatas diperoleh nilai sig sebesar 0,054 > 0,05 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel minat berwirausaha(Y) dan tingkat penggunaan media sosial (X2). Diketahui nilai  $f_{hitung}$  1,635 dan diperoleh nilai  $f_{tabel}$  pada nilai penyebut 33 serta pembilang 58 adalah sebesar 1,69. Karena nilai  $f_{hitung}$  lebih kecil dari  $f_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel variabel minat berwirausaha(Y) dan tingkat penggunaan media sosial (X2).

**E. Uji Homogenitas**

**Tabel 4. Hasil Uji Homogenitas Literasi Ekonomi (X1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)**

**Test of Homogeneity of Variances**

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
------------------	-----	-----	------

LiterasiEkonomi*minatberwirausaha	Based on Mean	.020	1	178	.887
	Based on Median	.020	1	178	.887
	Based on Median and with adjusted df	.020	1	177.15 2	.887
	Based on trimmed mean	.020	1	178	.887

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *SPSS Versi 25*

Berdasarkan tabel 4 hasil uji homogenitas Y atas X1 menunjukkan sig 0,887 > 0,05, sehingga skor pada variabel literasi ekonomi (X1) terhadap minat berwirausaha (Y) berasal dari populasi yang homogen.

**Tabel 5. Hasil Uji Homogenitas Tingkat Penggunaan Media Sosial (X2) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)**  
**Test of Homogeneity of Variances**

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Tingkatpenggunaan mediasosial*minatberwirausaha	Based on Mean	.488	1	178	.486
	Based on Median	.490	1	178	.485
	Based on Median and with adjusted df	.490	1	177.45 9	.485
	Based on trimmed mean	.480	1	178	.490

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *SPSS Versi 25*

Berdasarkan tabel 5 hasil uji homogenitas Y atas X2 menunjukkan sig 0,486 > 0,05, sehingga skor pada variabel literasi ekonomi (X1) terhadap minat berwirausaha (Y) berasal dari populasi yang homogen.

#### F. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.389	10.060		3.120	.002
	LiterasiEkonomi	.146	.095	.147	1.736	.008
	TingkatPenggunaan MediaSosial	.430	.099	.417	4.341	.000

a. Dependent Variable: MinatBerwirausaha

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *SPSS Versi 25*.

Berdasarkan tabel 6.model persamaan regresi antara literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial diperoleh hasil  $Y = 31,389 + 0,146 X_1 + 0,430 X_2$   
Persamaan Regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 31,389 artinya jika literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial adalah 0, maka minat berwirausaha nilainya 31,389

2. Koefisien regresi variabel literasi ekonomi (X1) sebesar 0,146 yang artinya jika literasi ekonomi mengalami kenaikan 1% maka minat berwirausaha meningkat sebesar 14,6% dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya kenaikan antara literasi ekonomi (X1) dengan minat berwirausaha (Y), semakin naik literasi ekonomi maka minat berwirausaha akan mengalami peningkatan.
3. Koefisien regresi variabel tingkat penggunaan media sosial (X2) sebesar 0,430 yang artinya jika tingkat penggunaan media sosial mengalami kenaikan 1% maka minat berwirausaha meningkat sebesar 43% dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya kenaikan antara tingkat penggunaan media sosial (X2) dengan minat berwirausaha (Y), semakin naik tingkat penggunaan media sosial maka minat berwirausaha akan mengalami peningkatan.

**G. Uji Parsial (Uji T)**

Dapat dilihat pada tabel 6 pada analisis regresi linier berganda di atas diperoleh nilai uji t ada sebagai berikut :

1. Variabel literasi ekonomi dengan taraf signifikansi 5% sebesar  $0,008 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 1,736 > t_{tabel} 1,6619$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga literasi ekonomi berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Nilai  $t_{hitung}$  yang menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki hubungan searah dengan minat berwirausaha, artinya jika mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro memiliki literasi ekonomi yang tinggi maka hal ini dapat mempengaruhi minat dalam berwirausaha.
2. Variabel tingkat penggunaan media sosial dengan taraf signifikansi 5% sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4,341 > t_{tabel} 1,6619$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga tingkat penggunaan media sosial berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Nilai  $t_{hitung}$  yang menunjukkan bahwa tingkat penggunaan media sosial memiliki hubungan searah dengan minat berwirausaha, artinya jika mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro memiliki tingkat penggunaan media sosial yang tinggi maka hal ini dapat mempengaruhi minat dalam berwirausaha.

**H. Uji Simultan (Uji F)**

**Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1591.505	2	795.753	10.829	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6392.950	87	73.482		
	Total	7984.456	89			

a. Dependent Variable: MinatBerwirausaha

b. Predictors: (Constant), TingkatPenggunaanMediaSosial, LiterasiEkonomi

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25

Berdasarkan pada tabel 7, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif atau signifikan literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial secara simultan atau bersama-sama terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Hal ini disebabkan karena nilai  $F_{hitung} 10,829 > F_{tabel} 3,10$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ .

**I. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Hasil koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 <sup>a</sup>	.699	.681	8.57218

a. Predictors: (Constant), TingkatPenggunaanMediaSosial, LiterasiEkonomi

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 8. di atas diperoleh angka R<sup>2</sup> sebesar 0,699 atau (69,9%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro sebesar 69,9%. Dengan kata lain variabel minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial sebesar 69,9% dan sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### **J. Hipotesis Statistik**

Setelah dilakukan pengujian model analisis, kemudian dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh positif dan tidak positif antar variabel. Hasil keputusan terhadap seluruh hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

##### **1. Pengaruh Literasi Ekonomi (X1) Terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro (Y)**

Hipotesis secara statistik dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : B_1 Y \leq 0$$

$$H_a : B_1 Y > 0$$

Pengujian hipotesis berdasarkan hasil perhitungan koefisien B dan thitung dengan menggunakan SPSS versi 25 sebagaimana sebagaimana disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 9. Hasil Pengujian Pengaruh positif dan signifikan Literasi Ekonomi (X1) Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro (Y)**

Sampel	Koefisien B	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub> (α=0,05)	Sig
90	0,146	1,736	1,6619	0,008

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 9. menunjukkan koefisien variabel literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro B= 0,146 yang memiliki nilai t<sub>hitung</sub> 1,736 lebih besar dari nilai t<sub>tabel</sub> = 1,6619 dan nilai sig 0,008 < 0,05. Karena t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> maka koefisien B positif. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi (X1) berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

##### **2. Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial(X2) Terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro (Y)**

Hipotesis secara statistik dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : B_1 Y \leq 0$$

$$H_a : B_1 Y > 0$$

Pengujian hipotesis berdasarkan hasil perhitungan koefisien B dan thitung dengan menggunakan SPSS versi 25 sebagaimana sebagaimana disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 10. Hasil Pengujian Pengaruh positif dan signifikan Literasi Ekonomi (X1) Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro (Y)**

Sampel	Koefisien B	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub> ( $\alpha=0,05$ )	Sig
90	0,430	4,341	1,6619	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS *Versi 25*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 10. menunjukkan koefisien variabel tingkat penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro B= 0,430 yang memiliki nilai  $t_{hitung}$  4,341 lebih besar dari nilai  $t_{tabel} = 1,6619$  dan nilai sig 0,000 < 0,05. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka koefisien B positif. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa tingkat penggunaan media sosial(X1) berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

### 3. Pengaruh Literasi Ekonomi (X1) dan Tingkat Penggunaan Media Sosial(X2) Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro (Y)

Hipotesis secara statistik dirumuskan sebagai berikut :

Ho : B1, B2 ≤ 0

Ha : B1, B2 > 0

Pengujian hipotesis berdasarkan hasil perhitungan koefisien B dan  $t_{hitung}$  dengan menggunakan SPSS *versi 25* sebagaimana sebagaimana disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 11. Hasil Pengujian Pengaruh positif dan signifikan Literasi Ekonomi (X1) dan Tingkat Penggunaan Media Sosial(X2) Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro (Y)**

Sampel	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig
90	10,829	3,10	0,000

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS *versi 25*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 11. menunjukkan variabel literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif atau signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Hal ini disebabkan karena nilai  $F_{hitung}$  10,829 >  $F_{tabel}$  3,10 dan nilai sig. 0,000 < 0,05.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian serta pengujian hipotesis yang dilakukan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Semakin baik pemahaman mahasiswa mengenai literasi ekonomi maka minat berwirausaha pada mahasiswa akan meningkat.
2. Variabel tingkat penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Semakin bijak penggunaan media sosial pada mahasiswa maka akan memberikan dampak positif dalam peningkatan minat berwirausaha.

3. Variabel literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

**B. Saran**

Adapun saran yang diberikan setelah melakukan penelitian ini antara lain:

1. Bagi Universitas. diharapkan dapat meningkatkan standar literasi ekonomi yang diberikan kepada mahasiswa melalui matakuliah kewirausahaan untuk menunjang keberhasilan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.
2. Diharapkan mahasiswa bisa lebih bijak menggunakan media sosial, agar mendapatkan manfaat positif dari penggunaan media sosial. Salah satunya dengan meningkatnya minat berwirausaha mahasiswa.
3. Untuk hasil yang lebih maksimal, sebaiknya mahasiswa lebih mempelajari terkait indikator yang belum dikuasai, seperti pada materi indikator memahami masalah pokok ekonomi dan mahasiswa dapat memanfaatkan fitur-fitur media sosial dan dapat disambungkan dengan *wifi* kampus yang telah tersedia di berbagai spot gedung untuk lebih mudah mencari informasi pembelajaran di media sosial untuk lebih meningkatkan minat berwirausaha. Dan Peneliti juga menyarankan untuk mata kuliah kewirausahaan di Fakultas Ekonomi untuk lebih memberikan dan memperkenalkan konsep pemasaran melalui media sosial, sehingga mahasiswa dapat mengeksplorasi lebih mendalam terkait dunia wirausaha dengan dapat memanfaatkan media sosial yang mereka miliki untuk berbisnis.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 140–157.
- Cross, M. (2013). *Social Media Security: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk*. *Social Media Security: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk*.
- Dwiputri, R. M., Suyono, E., & Laksana, R. D. (2023). Financial Literacy, Risk Aversion, Financial Performance, and Innovative Behavior in Indonesian SMEs. *The Journal of Behavioral Science*, 18(2), 15-31.
- Febriyanto, F. (2013). Analisis Minat Berwirausaha Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Lampung Timur. *Jurnal manajemen dan Bisnis*, 3(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadari Nawawi.(2011) *Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Bisnis Yang Kompetitif*,(Yogyakarta: Gadjah Mada University Press), hal. 42.
- Kahyangan, A. R., Utomo, S. W., & Wihartanti, L. V. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi, Sosial Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kecenderungan Berwirausaha Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 10(1), 33-42.
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management* 14th edition. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Mustofa, A. N. U. (2020). Teori Minat Berwirausaha. Wordpress.Com. <https://adelianavaum.wordpress.com/2020/06/25/teori-minat-berwirausaha/>
- Naila, A., Azisah, Q., Hasan, M., Dinar, M., Tahir, T., & Ahmad, M. I. S. (2020). The Effect Of Economic Literacy And Parents Socio -Economic Status On Entrepreneurial Intention In Economic Education Student Universitas Negeri Makassar. 9(05), 15–17.
- 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, F. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makasar ).
- Sina, P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135–143.
- Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. (2020). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana*, 7, 627
- Susan, E. (2019). Manajemen sumber daya manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952-962.
- Suwarto. (2020). Aplikasi Komputer Bisnis Dan Pengolaan Data. Metro-Lampung : CV Laduny Alifatama
- Suwatno dan Donni Juni Priansa,(2013) Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis, (Bandung:Alfabeta), hlm. 28
- Takdir, D., A.S, M., & Zaid, S. (2015). *Kewirausahaan (1st ed.)*. yogyakarta: Wijana Mahardi Karya.
- Zulatsari, M. L. R., & Soesatyo, Y. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3).