

Pengaruh Media Sosial, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2021 Universitas Riau

Fauzan Fadilah Zein¹ Dewita Suryati Ningsih² Arwinence Pramadewi³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau,
Pekanbaru, Riau, Indonesia^{1,2,3}

Email: fauzanfadilah2003@gmail.com¹ dewita.sn@lecturer.unri.ac.id² nenceitje@gmail.com³

Abstract

This study aims to analyze the influence of social media, family environment, and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions among Management Undergraduate Students Class of 2021 at Universitas Riau. The research employed a descriptive quantitative method with multiple linear regression analysis using SPSS software. The sample consisted of 185 respondents, selected through a probability random sampling technique based on Slovin's formula. Data were collected via questionnaires utilizing a Likert scale. The results of the descriptive statistical analysis indicated that social media, family environment, entrepreneurship education, and entrepreneurial intentions were all categorized as good. Hypothesis testing revealed that partially, social media, family environment, and entrepreneurship education have a positive and significant effect on students' entrepreneurial intentions. Simultaneously, all three independent variables also exert a significant effect on entrepreneurial intentions. Universities and families are expected to synergize in enhancing intrinsic motivation and implementing more applied learning methods to optimally foster students' entrepreneurial intentions.

Kata Kunci: Social Media, Family Environment, Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Intentions.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar di Asia Tenggara, memiliki potensi besar untuk pembangunan nasional. Namun, pertumbuhan jumlah penduduk yang terus meningkat setiap tahun memerlukan penyesuaian dengan ketersediaan lapangan kerja. Pengangguran bukanlah pilihan hidup seseorang untuk tidak bekerja, tetapi karena sulitnya untuk mendapatkan pekerjaan. Kondisi ini dapat semakin memburuk bila banyak dari masyarakat hanya cenderung menjadi pencari kerja daripada menciptakan lapangan pekerjaan (D. G. Putri & Ramantha, 2019). Pengangguran merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan pembangunan ekonomi suatu daerah. Tingginya tingkat pengangguran tidak hanya berdampak pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berpengaruh terhadap stabilitas sosial masyarakat.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Provinsi Riau menunjukkan tren peningkatan dalam dua tahun terakhir, yang mengindikasikan adanya tantangan serius dalam sektor ketenagakerjaan. Hal ini mencerminkan adanya ketidakseimbangan antara pertumbuhan jumlah penduduk usia kerja dengan ketersediaan lapangan pekerjaan yang berkualitas dan memadai. Selain itu, peningkatan TPT tersebut juga dapat disebabkan oleh berbagai faktor struktural, seperti terbatasnya diversifikasi sektor ekonomi, rendahnya produktivitas tenaga kerja, serta minimnya inovasi dalam penciptaan lapangan kerja baru, khususnya bagi generasi muda dan lulusan pendidikan tinggi. Jika kondisi ini terus berlanjut tanpa adanya intervensi kebijakan yang tepat, maka pengangguran dapat menjadi ancaman serius bagi pertumbuhan ekonomi jangka panjang dan stabilitas sosial di wilayah tersebut.

Salah satu cara untuk mengurangi pengangguran yaitu melalui kegiatan berwirausaha, karena kewirausahaan memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan sosioekonomi suatu negara. Minat berwirausaha sendiri dipahami sebagai dorongan dalam diri individu berupa keinginan, keyakinan, dan kesiapan mental untuk menghadapi berbagai kemungkinan yang timbul dalam proses menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri maupun orang lain (Jailani et al., 2017). Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai generasi muda milenial penerus bangsa memikul tanggung jawab besar dalam mengembangkan ide, kreativitas, serta semangat inovatif guna menghadapi tantangan global, sehingga mereka perlu dibekali keterampilan yang relevan agar mampu menjadi pencipta lapangan pekerjaan dan bukan hanya pencari kerja. Hal tersebut perlu mendapat perhatian serius dari pemerintah, khususnya dalam bidang pendidikan, karena aktivitas kewirausahaan berperan penting dalam menekan angka pengangguran dan membuka peluang kerja baru bagi masyarakat. Oleh karena itu, membentuk sikap, karakter, dan pemahaman kewirausahaan dalam diri mahasiswa menjadi aspek yang sangat krusial (Fathiyannida & Erawati, 2021).

Hasil survey dari LPPMP Universitas Riau terhadap 830 alumni lulusan tahun 2019 sampai tahun 2023, terdapat hanya 81 alumni yang berwirausaha dan 268 alumni yang tidak bekerja. Hal ini menunjukkan perlu adanya peningkatan minat berwirausaha mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi agar pada saat lulus kuliah tidak hanya menjadi seorang pekerja, tetapi dapat menjadi seorang wirausaha yang dapat membuka lapangan pekerjaan dan mengurangi angka pengangguran. Untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, perguruan tinggi menyediakan berbagai program yang mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan, termasuk program yang memberikan pengalaman praktik bisnis secara langsung kepada mahasiswa. Salah satu program yang disediakan oleh universitas adalah Wirausaha Merdeka (WMK) yang dapat diikuti oleh mahasiswa yang memiliki minat untuk berwirausaha. Namun, partisipasi mahasiswa dalam program WMK masih sangat rendah. Hal ini menunjukkan minat berwirausaha mahasiswa masih rendah.

Menurut Rahayu & Hastuti (2023), salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa adalah pemanfaatan media sosial. Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2021 Universitas Riau saat ini hidup di tengah arus deras perkembangan digital, di mana media sosial bukan hanya panggung hiburan tetapi juga ruang kreativitas ekonomi. Banyak dari mereka mengikuti akun bisnis, melihat konten wirausaha, dan terpapar kisah sukses pelaku usaha muda yang lahir dari dunia maya. Menurut Ramadhan & Utami (2021) media sosial memiliki pengaruh dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, mahasiswa dapat memperoleh berbagai informasi mengenai peluang usaha, strategi pemasaran, serta tren bisnis yang sedang berkembang di kalangan generasi muda. Dengan dukungan teknologi digital tersebut, mahasiswa dapat dengan mudah menyesuaikan usaha yang ingin dijalankan sesuai minat dan keterampilan yang dimiliki. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial secara produktif menjadi salah satu faktor pendorong yang mampu menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa sejak berada di bangku perkuliahan agar kelak mampu menciptakan peluang kerja secara mandiri (Sari & Hakim, 2020).

Selain dampak dari pemanfaatan media sosial, ada faktor lain yg dapat berpengaruh terhadap minat berwirausaha ialah faktor lingkungan keluarga. Keluarga tidak hanya berfungsi sebagai unit sosial pertama yang membentuk karakter, tetapi juga sebagai sumber dukungan dan inspirasi bagi mahasiswa yang ingin mengejar minat berwirausaha. Ketika lingkungan keluarga memberikan dorongan positif, maka minat berwirausaha mahasiswa cenderung meningkat. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang berasal dari keluarga

dengan latar belakang kewirausahaan lebih mungkin untuk mengembangkan minat dan keterampilan berbisnis mereka (Adha *et al.*, 2023).

Selain daripada faktor media sosial dan lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam membentuk pola pikir dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa (Tambengi & Mohehu, 2024). Menurut Mohammad Saroni (2012) mengemukakan Pendidikan kewirausahaan adalah program pendidikan yang menggarap aspek kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pembekalan kompetensi anak didik. Menurut Fauziati & Suryani (2020) pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Universitas Bung Hatta. Penelitian oleh Sari & Pratama (2021) menunjukkan bahwa kurikulum kewirausahaan yang aplikatif berpengaruh signifikan dalam mendorong mahasiswa memilih karier sebagai wirausaha. Hal ini juga didukung oleh temuan Ramadhani & Yusuf (2019) yang menyatakan bahwa mahasiswa yang aktif mengikuti program pelatihan atau kegiatan bisnis kampus memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi karena terbiasa berpikir kreatif dan melihat peluang pasar. Pemberian mata kuliah pendidikan kewirausahaan pada perguruan tinggi merupakan salah satu faktor pendorong timbulnya minat berwirausaha pada mahasiswa agar dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru setelah lulus dari perguruan tinggi (Yanti, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana pengaruh media sosial, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan memahami hubungan antara ketiga faktor ini, diharapkan dapat ditemukan solusi strategis untuk mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi perguruan tinggi dan keluarga dalam merancang pendekatan yang lebih efektif untuk mendukung mahasiswa dalam membangun masa depan mereka sebagai wirausahawan.

Penelitian Terdahulu yang Relevan

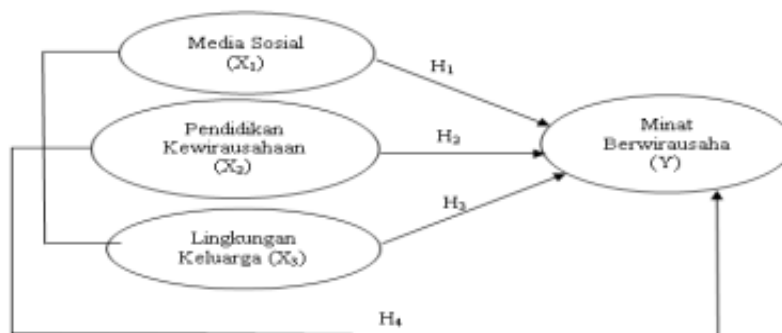
Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis/ Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil	Kontribusi dan Relevansi
1	(Dwi <i>et al.</i> , 2023)	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Media Sosial, dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan, media sosial, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi.	Regresi Linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan bahwa pendidikan kewirausahaan, media sosial dan lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi	Penelitian ini relevan karena menunjukkan bahwa media sosial dan lingkungan keluarga merupakan faktor yang berkaitan dengan minat berwirausaha mahasiswa. Perbedaannya terletak pada variabel pendidikan kewirausahaan dan karakteristik mahasiswa yang diteliti, sehingga dapat menjadi pembandingan terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan.
2	(Agustina <i>et al.</i> , 2024)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FKIP Universitas Riau	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha	Regresi Linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha	Penelitian ini memiliki relevansi yang kuat karena sama-sama mengkaji minat berwirausaha mahasiswa dan penggunaan media sosial serta dilakukan pada mahasiswa FKIP Universitas Riau.

			mahasiswa FKIP Universitas Riau.		mahasiswa FKIP Universitas Riau	Penelitian ini dapat menjadi dasar empiris dalam menjelaskan hubungan pengetahuan kewirausahaan dan media sosial dengan minat berwirausaha.
3	(Rumengana <i>et al.</i> , 2024)	Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga dan Motivasi Diri Terhadap Minat Ber-wirausaha Pada Mahasiswa Feb Unsrat	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan motivasi diri, baik secara parsial maupun simultan, terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.	Regresi Linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga dan motivasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado	Penelitian ini relevan karena memperkuat bukti empiris bahwa pendidikan kewirausahaan dan lingkungan keluarga dapat menjadi faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Perbedaannya terletak pada variable motivasi diri, karakteristik responden dan kombinasi variabel yang digunakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen Universitas Riau, yang berlokasi di Kampus Bina Widya Jalan HR. Soebrantas KM 12,5 Kelurahan Simpang Baru, Kecamatan Bina Widya, Pekanbaru, Riau. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Riau jurusan S1 Manajemen angkatan 2021 yang berjumlah 344 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability random sampling* yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Sehingga diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 185 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi dan kuesioner. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan *software* SPSS. Model penelitian dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Dengan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Media Sosial (X) terhadap Minat Berwirausaha (Y).
- H2: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Lingkungan Keluarga (X) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

- H3: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Pendidikan Kewirausahaan (X) terhadap Minat Berwirausaha (Y).
- H4: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Media Sosial, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Media Sosial (X ₁)	Item 1	0,875	0,1443	Valid
	Item 2	0,867	0,1443	Valid
	Item 3	0,905	0,1443	Valid
	Item 4	0,932	0,1443	Valid
Lingkungan Keluarga (X ₂)	Item 1	0,908	0,1443	Valid
	Item 2	0,910	0,1443	Valid
	Item 3	0,901	0,1443	Valid
Pendidikan Kewirausahaan (X ₃)	Item 1	0,870	0,1443	Valid
	Item 2	0,904	0,1443	Valid
	Item 3	0,906	0,1443	Valid
	Item 4	0,880	0,1443	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	Item 1	0,898	0,1443	Valid
	Item 2	0,942	0,1443	Valid
	Item 3	0,915	0,1443	Valid
	Item 4	0,868	0,1443	Valid
	Item 5	0,907	0,1443	Valid
	Item 6	0,959	0,1443	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 27

Berdasarkan tabel 2, hasil uji validitas yang dilakukan menggunakan 185 sampel, diperoleh bahwa seluruh pernyataan dalam instrumen penelitian memenuhi kriteria validitas, yaitu nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,1443. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki hubungan yang kuat dengan variabel yang diukur, sehingga instrumen penelitian dapat dinyatakan valid dan layak digunakan dalam proses pengumpulan data.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R tabel	Hasil Uji
Media Sosial (X ₁)	0,917	0,70	Reliabel
Lingkungan Keluarga (X ₂)	0,891	0,70	Reliabel
Pendidikan Kewirausahaan (X ₃)	0,912	0,70	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,961	0,70	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 27

Berdasarkan tabel 3, dapat dilihat bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimal 0,70, sehingga dinyatakan reliabel. Variabel Media Sosial (X_1) memperoleh nilai 0,917, Lingkungan Keluarga (X_2) sebesar 0,891, Pendidikan Kewirausahaan (X_3) sebesar 0,912, dan Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0,961. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang sangat baik, sehingga dapat dipercaya dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			185
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		2,17482191
Most Extreme Differences	Absolute		0,051
	Positive		0,051
	Negative		-0,039
Test Statistic			0,051
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		0,300
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,288
		Upper Bound	0,312

Sumber: Data Olahan SPSS 27

Berdasarkan tabel 4, diperoleh nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian memiliki distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Media Sosial	0,170	5,866
	Lingkungan Keluarga	0,117	8,527
	Pendidikan Kewirausahaan	0,135	7,402
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha			

Sumber: Data Olahan SPSS 27

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, yaitu Media Sosial dengan tolerance 0,170 dan VIF 5,866, Lingkungan Keluarga dengan tolerance 0,117 dan VIF 8,527,

serta Pendidikan Kewirausahaan dengan tolerance 0,135 dan VIF 7,402. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi, sehingga model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi multikolinearitas dan layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,932	0,408		4,738	0,000
	Media Sosial	-0,026	0,059	-0,080	-0,449	0,654
	Lingkungan Keluarga	0,180	0,095	0,407	1,901	0,059
	Pendidikan Kewirausahaan	-0,128	0,066	-0,387	-1,939	0,054
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: Data Olahan SPSS 27

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, varians residual bersifat konstan dan model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik, sehingga layak untuk digunakan dalam analisis dan pengujian hipotesis selanjutnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Nilai-Nilai Koefisien Pada Persamaan Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,184	0,656		-0,281	0,779
	Media Sosial	0,757	0,094	0,482	8,012	0,000
	Lingkungan Keluarga	0,333	0,153	0,159	2,186	0,030
	Pendidikan Kewirausahaan	0,523	0,106	0,334	4,940	0,000
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha						

Sumber: Data Olahan SPSS 27

Berdasarkan tabel 7, hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi diatas, maka di dapat suatu persamaan regresi sebagai berikut: $Y = -0,184 + 0,757X_1 + 0,333X_2 + 0,523X_3 + e$ Maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (α) sebesar -0,184 menunjukkan bahwa apabila variabel media sosial, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan bernilai nol, maka minat

berwirausaha memiliki nilai sebesar -0,184 dengan asumsi variabel lain yang memengaruhi minat berwirausaha dianggap konstan.

- b. Nilai koefisien regresi variabel media sosial sebesar 0,757, yang berarti bahwa setiap peningkatan media sosial sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,757, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel lingkungan keluarga sebesar 0,333, yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan lingkungan keluarga sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,333, dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.
- d. Nilai koefisien regresi variabel pendidikan kewirausahaan sebesar 0,523, artinya setiap peningkatan pendidikan kewirausahaan sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,523, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- e. Standar error merupakan komponen kesalahan yang mencerminkan pengaruh faktor-faktor lain di luar model regresi yang tidak diamati secara langsung. Nilai ini menunjukkan tingkat penyimpangan atau variasi data aktual terhadap nilai yang diprediksi oleh model regresi.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,184	0,656		-0,281	0,779
	Media Sosial	0,757	0,094	0,482	8,012	0,000
	Lingkungan Keluarga	0,333	0,153	0,159	2,186	0,030
	Pendidikan Kewirausahaan	0,523	0,106	0,334	4,940	0,000
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha						

Sumber: Data Olahan SPSS 27

Berdasarkan tabel 8, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel media sosial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian, semakin optimal pemanfaatan media sosial, maka semakin tinggi minat berwirausaha.
2. Variabel lingkungan keluarga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,030, yang berada di bawah batas 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian, dukungan dan kondisi lingkungan keluarga yang baik dapat meningkatkan minat berwirausaha.
3. Variabel pendidikan kewirausahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian, semakin baik pendidikan kewirausahaan yang diperoleh, maka semakin tinggi pula minat berwirausaha.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6923,513	3	2307,838	479,975	,000 ^b
	Residual	870,292	181	4,808		
	Total	7793,805	184			
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha						
b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan						

Sumber: Data Olahan SPSS 27

Berdasarkan tabel 9, diperoleh nilai F hitung sebesar 479,975 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel media sosial, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan layak dan mampu menjelaskan pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,943 ^a	0,888	0,886	2,19277
a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan				

Sumber: Data Olahan SPSS 27

Berdasarkan tabel 10, diperoleh nilai R Square sebesar 0,888, yang menunjukkan bahwa 88,8% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel media sosial, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan. Sementara itu, sebesar 11,2% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Pembahasan

H1: Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berwirausaha. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media yang efektif untuk memperoleh informasi bisnis, mempromosikan produk, serta melihat berbagai peluang usaha yang dapat dikembangkan. Melalui media sosial, mahasiswa dapat dengan mudah melihat berbagai contoh usaha yang sukses, strategi pemasaran digital, serta berbagai ide bisnis yang sedang berkembang. Hal tersebut secara tidak langsung dapat menumbuhkan motivasi dan ketertarikan mahasiswa untuk mencoba berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afria dan Suharsono (2023) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa media sosial mampu meningkatkan kreativitas, memberikan

informasi bisnis, serta membuka peluang pemasaran yang luas bagi calon wirausahawan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial yang baik dapat mendorong mahasiswa untuk memiliki minat yang lebih tinggi dalam berwirausaha.

H2: Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini berarti bahwa dukungan dari keluarga memiliki peran penting dalam menumbuhkan minat seseorang untuk menjadi wirausahawan. Keluarga merupakan lingkungan pertama yang memberikan pendidikan, nilai, dan motivasi kepada individu. Oleh karena itu, sikap dan dukungan keluarga sangat mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih karir, termasuk dalam bidang kewirausahaan. Selain itu, mahasiswa yang berasal dari keluarga yang memiliki latar belakang usaha biasanya lebih terbiasa melihat aktivitas bisnis sejak kecil. Pengalaman tersebut dapat membentuk pola pikir yang lebih terbuka terhadap dunia usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yanti (2014) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa keluarga yang memberikan dukungan, dorongan, serta contoh perilaku kewirausahaan dapat meningkatkan minat anak untuk menjadi seorang wirausahawan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga yang positif dapat menjadi faktor penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

H3: Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian, pendidikan kewirausahaan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pendidikan kewirausahaan yang diterima mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan memberikan pengetahuan, keterampilan, serta pemahaman mengenai bagaimana memulai dan mengelola usaha dengan baik. Melalui pendidikan kewirausahaan, mahasiswa tidak hanya mempelajari teori tentang bisnis, tetapi juga mendapatkan pemahaman mengenai cara melihat peluang usaha, mengelola risiko, serta mengembangkan kreativitas dalam menciptakan produk atau jasa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmadi dan Heryanto (2016) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pembelajaran kewirausahaan dapat meningkatkan pengetahuan bisnis, keterampilan manajerial, serta motivasi mahasiswa untuk memulai usaha. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

H4: Pengaruh Media Sosial, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diketahui bahwa media sosial, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut saling berkaitan dalam mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi seorang wirausahawan. Dengan kata lain, minat berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari berbagai faktor yang saling mendukung. Media sosial memberikan akses informasi dan peluang bisnis yang luas, lingkungan keluarga memberikan dukungan dan motivasi, sedangkan pendidikan kewirausahaan memberikan pengetahuan

serta keterampilan dalam menjalankan usaha. Ketiga faktor tersebut apabila berjalan secara bersamaan dapat memberikan pengaruh yang kuat dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,888, yang berarti bahwa 88,8% minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel media sosial, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki peran yang sangat besar dalam mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, (2) Lingkungan Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, (3) Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, serta (4) Media Sosial, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, H., Tafonao, A., & Zebua, W. (2023). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nias Raya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 131–144.
- Afria, J., & Suharsono, N. (2023). Penggunaan Media Sosial Pada Minat Berwirausaha Melalui Kreativitas Anak Muda Kota Amuntai. . *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 1–16.
- Agustina, R., Riyantama, Y., Studi Pendidikan Ekonomi, P., Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, J., Keguruan dan Ilmu Pendidikan, F., Riau, U., Pekanbaru, K., & Riau, P. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FKIP Universitas Riau. *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health E-ISSN*.
- Alma, B. (2014). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Alfabeta.
- Anggraeni, B., & Harnanik, H. (2015). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Islam Nusantara Comal Kabupaten Pemalang. *Dinamika Pendidikan*, 42–52.
- Azizah, R. K., & Pahlevi, T. (2021). The Effect Of Entrepreneurship Education And Family Environment On Entrepreneurial Interests Through Self-Efficacy. *Jurnal PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 5(September), 1188–1201.
- Chen, H. X. (2024). Exploring the Influence of proactive Personality on Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Entrepreneurial Attitude and Moderating Effect of Perceived Educational Support Among University Students. *SAGE Open*, 14(1). <https://doi.org/10.1177/21582440241233379>
- Dedy Takdir, Mahmudin, & Sudirman Zaid. (2015). *Kewirausahaan*. Wijana Mahadi Karya.
- Dwi, E., Sholikah, H., Inayah, D., & Sari, A. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Media Soaial, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Spirit Edukasia*, 03(01), 53–61.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>

- Eryanto, H., & Wiradendi Wolor, C. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Negeri 40 Jakarta. *Bisnis Dan Keuangan TRANSEKONOMIKA* / *VOLUME*, 3(3).
<https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>
- Fan, J., Hu, J., & Wang, J. (2024). How entrepreneurship education affects college students' entrepreneurial intention: Samples from China. *Heliyon*, 10(10).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30776>
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Frederick, H., Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice (7th Ed.)*. Mason, OH: Thomson/South-Western.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro (BP UNDIP).
- Gustina, M., & Sumiati, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. In *Pengaruh Penggunaan Media*
- Hidayatullah, N. (2012). *Minat Berwirausaha Program Studi S1 Pendidikan Teknik Elektro Jurusan Teknik Elektrik Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang*.
- Indraswati, D., Hidayati, V., Wulandari, N., & Maulyda, M. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1).
- Indrawati, & Haryanto, B. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 112–121.
- Jailani, M., Rahmawati, E., & Rahmawati, D. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 32–41.
- Kuratko, D. F., Morris, M. H., & Schindehutte, M. (2015). Understanding the dynamics of entrepreneurship through frameworks. *Small Business Economics*, 45(1), 1–13.
- Kusumadewi, V. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*.
- Laspiita, S., Breugst, N., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414–435.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.006>
- Lingappa, A. K., Shah, A., & Mathew, A. O. (2020). Academic, Family, and Peer Influence on Entrepreneurial Intention of Engineering Students. *SAGE Open*, 10(3).
<https://doi.org/10.1177/2158244020933877>
- Marini, C. K., & Hamidah, S. (2014). Pengaruh Self-Efficacy, Lingkungan Keluarga, dan Lingkungan Sekolah Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Jasa Boga. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 4(1), 195–207.
- Mustofa, A. M. (2014). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self-Efficacy, Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Depok, Kabupaten Sleman*.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299.
<https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>

- Nani, M. (2016). *Entrepreneurship: Identifying Opportunities And Innovating In Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi* (Edisi Revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, F., Nasution, R., & Nasution, M. (2017). *Kewirausahaan: Konsep, Teori, Dan Praktik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Oktiena, S. W., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan ekonomi universitas negeri surabaya. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(3), 543–558.
- Prasetyo, A., & Widodo, S. (2021). Peran lingkungan keluarga dalam membentuk pola pikir kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 45–56.
- Putri, D. (2018). Putri, D. (2018). Pendidikan karakter: Proses pembelajaran dalam membentuk karakter peserta didik agar mampu menjadi pribadi yang lebih baik. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 3(2).
- Putri, D. G., & Ramantha, I. W. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Locus Of Control Pada Intensi Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi*, 1503–1530.
- Rahayu, F. R., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2036–2052.
- Rahmadi, A. N., & Heryanto, B. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 153–169.
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting Entrepreneurship Education Where the Intention to Act Lies: An Investigation Into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), 187–204. <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0293>
- Rumengan, H., Dotulong, L., Mintardjo, C., Andreas Rumengan, H., Dotulong, L. O., & Mardy Mintardjo, C. O. (2024). Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga Dan Motivasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Feb Unsrat. 12(4), 267–277.
- Sahroh, A. F. (2018). *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya*.
- Sandi, & Fajar Alamsyah, G. (2025). Pengaruh Media Sosial, Motivasi Intrinsik Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Stie Sampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 10(1).
- Santoso, A., & Nugroho, B. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 21(1), 45–56.
- Saroni, M., & Meita, S. (2012). *Mendidik dan Melatih Entrepeneur Muda Membuka Kesadaran Atas Pentingnya Kewirausahaan bagi Anak Didik* (1st ed.). Ar-Ruzz Media.
- Septiana, S., & Sulastri. (2021). Efikasi Diri dan Minat Entrepreneurship Mahasiswa Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi)*, 12(2), 161–172. <https://doi.org/10.24036/rapun.v12i2.113105>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26th ed). Alfabeta.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2012). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat

- Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(2). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.2.124-134>
- Susilawaty, E. A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. In *Prosiding 4th Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*. 4(1), 224–229.
- Tambengi, W. M., & Mohehu, F. (2024a). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.
- Tambengi, W. M., & Mohehu, F. (2024b). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *JAMBURA*, 7(2). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Trihatmoko, R. A., & Harsono, M. (2017). *Kewirausahaan: Membentuk dan Mengembangkan Unit Bisnis Handal dan Mapan*. UPP STIM YKPN.
- Umar, H. (2010). *Metode Penelitian untuk Skripsi & Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada.
- Wahyuni, S. D. (2019). Tugas Kesehatan Keluarga Dalam Penanganan Kasus Kesehatan. *Jurnal Keperawatan Komunitas*, 23–28.
- Wijaya, & David. (2017). *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*.
- Wijaya, I. M. K., & Putri, N. L. P. (2020). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Wirausaha pada Generasi Milenial. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(1), 67–76.
- Wijaya, T., & Yulianti, L. (2018). Pengaruh dukungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 112–120.
- Yanti, P. E. D. (2014). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Singaraja. *Economic Education Analysis Journal*, 3–7.
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>
- Zulianto, M., Santoso, S., & Sawiji, H. (2014). Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri*, 3(1), 59–72.