

Jurnal Manajemen

Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Bina Darma
Jl. Jendral Ahmad Yani No.3,9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I,
Kota Palembang, Sumatera Selatan 30111

Website: <https://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/index>



PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP JIWA KEWIRAUSAHAAN YANG DI MEDIASI OLEH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG

Hanip Pranata Ramadhan¹, Muji Gunarto²

Manajemen, Universitas Bina Darma¹
Manajemen, Universitas Bina Darma,²

[Email: hanippranata7@gmail.com](mailto:hanippranata7@gmail.com)

[Email : mgunarto@binadarma.ac.id](mailto:mgunarto@binadarma.ac.id)

ARTICLE INFO

Keywords:
Social Media,
Entrepreneur knowledge,
Entrepreneur spirit

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of social media and entrepreneurial knowledge on the entrepreneurial spirit of Bina Darma University Palembang students. The type of data used in this research is primary data obtained through distributing questionnaires. The population of this research was 245 students at Bina Darma University, Palembang. Sampling was carried out using a purposive sampling technique, namely 90 samples. The data analysis technique used is quantitative and Partial Least Square (PLS) with the SmartPLS version 4.0 program. t test of $2.692 > 1.96$. And p value $0.007 < 0.05$. So the social media variable has an influence on the entrepreneurial spirit which is mediated by entrepreneurial knowledge.

INFO ARTIKEL

Kata kunci:
Sosial Media, Pengetahuan
Kewirausahaan, Jiwa
Kewirausahaan

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh sosial media dan pengetahuan kewirausahaan terhadap jiwa kewirausahaan mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapat melalui penyebaran kuisioner. Populasi Penelitian ini berjumlah 245 mahasiswa/i Universitas Bina Darma Palembang. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling yaitu menjadi 90 sampel. Metode Teknik Analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dan Partial Least Square (PLS) dengan program SmartPLS versi 4.0. uji t sebesar $2,692 > 1,96$. Dan p values $0,007 < 0,05$. Sehingga variabel sosial media mempunyai pengaruh terhadap Jiwa kewirausahaan yang di mediasi oleh Pengetahuan kewirausahaan.

INTRODUCTION

Fenomena berkurangnya kesempatan kerja disebabkan adanya ketidakseimbangan antara jumlah tenaga kerja dan lapangan kerja. Kemudian, kualitas atau mutu tenaga kerja yang juga relatif masih rendah. Banyaknya pengangguran yang semakin meningkat menjadi salah satu masalah sosial yang membutuhkan penyelesaian. Kondisi ini dapat dikurangi jika kita berusaha menciptakan lapangan pekerjaan (Owen et al., 2023) Masalah pengangguran khususnya ditingkat mahasiswa tentunya dapat diperkecil dengan mengarahkan mahasiswa untuk berwirausaha. Mahasiswa salah satu kelas intelektual di masyarakat sudah seharusnya menjadi pelopor dalam mengembangkan semangat kewirausahaan (Suheryanto & Ie, 2023)

Sosial media dapat memberikan pengaruh positif dengan merubah pola pikir mahasiswa terhadap wirausaha. Hal ini dapat membantu mengurangi risiko kegagalan dan mempermudah pemasaran produk dengan biaya yang lebih rendah. Penting bagi mahasiswa yang ingin sukses sebagai wirausaha untuk memperluas jaringan dan berkomunikasi dengan orang lain (Aputra et al., 2022), terutama melalui penggunaan internet. Peran sosial media semakin diakui dalam meningkatkan kinerja bisnis.

Kewirausahaan selalu berkaitan dengan faktor individu, karena dalam menekuni dunia wirausaha tidaklah semudah yang dibayangkan. Diperlukan suatu pengetahuan khusus yang dimiliki oleh pemilik usaha tentang kewirausahaan untuk mengarungi persaingan antar wirausahawan lain, situasi yang tidak menentu, keharusan untuk menjalin hubungan baik dengan banyak orang sebagai relasi bisnisnya (Hanifati, 2017).

Kewirausahaan adalah suatu kemampuan melalui proses berpikir kreatif untuk memanfaatkan peluang usaha guna menuju apa yang diinginkan (Olivia & Nuringsih, 2022) Membangun kewirausahaan tidaklah mudah, seorang wirausaha lahir bisa jadi dari kepentingan usahanya sendiri. Dalam hal ini minat berwirausaha lahir dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Terutama kalangan mahasiswa yang memiliki motivasi untuk berwirausaha. Motivasi yang ada didalam diri mahasiswa nantinya akan mempengaruhi persiapan pola pikir yang awalnya memilih menjadi karyawan berubah menjadi pencipta lapangan kerja. Jika mahasiswa memiliki mindset berwirausaha, mereka tidak akan kehabisan ide untuk menciptakan suatu hal yang baru (Rahayu & Sulistyowati, 2022)

METHOD

Metode untuk mengukur variabel menggunakan metode skala likert pada kuesioner yang disebarakan secara langsung dan tidak langsung untuk mengukur sikap dari setiap responden, sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 90 sampel. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas dalam populasi penelitian. Model observasi dibuat berdasarkan parameter operasi penelitian dan kelayakan model yang diproses diuji menggunakan aplikasi Smart PLS versi 4.0

RESULT AND DISCUSSION

Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 245 Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang angkatan 2019-2020, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 90 mahasiswa dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden dalam pengisian kuisisioner yang digunakan yaitu terdiri atas beberapa karakteristik.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1 Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	
		Angka	Persen
1	Laki-laki	27	24,3%
2	Perempuan	63	56,7%
	Jumlah	90	100%

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dengan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki mahasiswa Universitas Bina Darma yaitu 27 orang atau setara 24,3% dan mahasiswa berjenis kelamin perempuan yaitu 63 orang atau setara dengan 56,7%. Dapat dinyatakan bahwa responden terbesar yaitu berjenis kelamin perempuan dengan presentase 56,7%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan kuliah

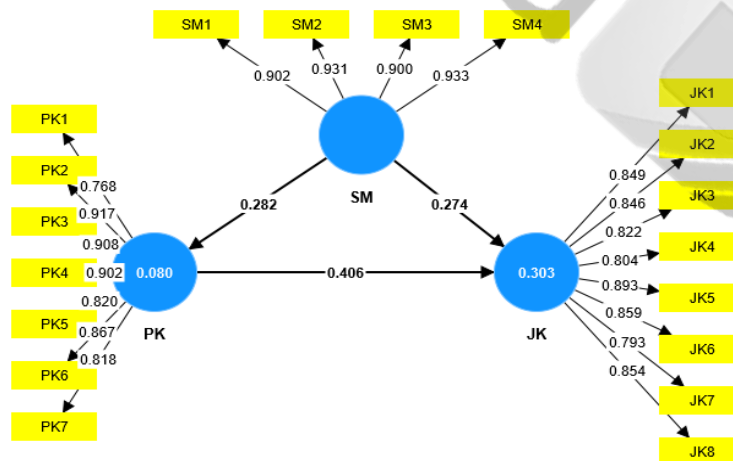
Tabel 2 Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Tahun Angkatan

No	Tahun Angkatan	Jumlah	
		Angka	Persen
1	Tahun Angkatan 2019	62	55,8%
2	Tahun Angkatan 2020	28	25,2%
	Jumlah	90	100%

Jumlah responden berdasarkan tahun angkatan dibedakan menjadi dua yaitu tahun angkata 2019 dan tahun angkatan 2020. Berdasarkan hasil yang didapat diketahui bahwa jumlah respoden tahun angkatan 2019 yaitu sebanyak 62 mahasiswa atau 55,8% dan tahun angkatan 2020 yaitu sebanyak 28 mahasiswa atau setara dengan 25,2%.

Hasil PLS-SEM

Analisis *Partial least squares* (PLS) dirancang untuk menguji prediksi hubungan antar struktur dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar struktur.



Gambar.1 Hasil Uji Smart PLS

Pada penjelasan hasil uji Smart PLS menunjukkan nilai *loading factor* dari setiap indikator sudah diatas 0,7 sehingga dapat dinyatakan bahwa indikator dalam penelitian sudah valid untuk digunakan.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian model pengukuran akan dilakukan untuk menunjukkan hasil uji Validitas dan uji Reliabilitas.

Uji Validitas

Convergent Validity

Pengukuran nilai *convergent validity* dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor konstruksya (*loading factor*) dengan kriteria nilai *loading factor* dari setiap indikator lebih besar dari 0,70 dapat dikatakan valid dan untuk nilai p-value apabila $< 0,05$ dianggap signifikan.

Tabel 4. Outer Loadings

Indikator	Sosial Media	Jiwa Kewirausahaan	Pengetahuan Kewirausahaan
SM1	0,902		
SM2	0,931		
SM3	0,900		
SM4	0,933		
JK1		0,849	
JK2		0,846	
JK3		0,822	
JK4		0,804	
JK5		0,893	
JK6		0,859	
JK7		0,793	
JK8		0,854	
PK1			0,768
PK2			0,917
PK3			0,908
PK4			0,902
PK5			0,820
PK6			0,867
PK7			0,818

Hasil dari indikator model muatan (loading) memiliki nilai lebih besar dari 0,70 yang artinya kontruk dapat diterima.

Discriminant Validity

Dalam SmartPLS *cross loading* di representasikan kedalam *cross validation* indikator dapat dikatakan valid apabila hasil perbandingan nilai loading variabel nya paling besar daripada variabel yang lain.

Tabel.5 Hasil Cross Loading

Indikato r	Sosial Media	Jiwa Kewiirusahaan	Pengetahuan Kewirusahaan
SM1	0,902	0,381	0,264
SM2	0,931	0,351	0,187
SM3	0,900	0,259	0,295
SM4	0,933	0,413	0,283
JK1	0,487	0,849	0,420
JK2	0,355	0,846	0,443
JK3	0,343	0,822	0,401
JK4	0,195	0,804	0,384
JK5	0,292	0,893	0,459
JK6	0,293	0,859	0,416
JK7	0,277	0,793	0,336
JK8	0,312	0,854	0,374
PK1	0,283	0,399	0,768
PK2	0,227	0,393	0,917
PK3	0,280	0,366	0,908
PK4	0,298	0,417	0,902
PK5	0,224	0,496	0,820
PK6	0,162	0,412	0,867
PK7	0,208	0,401	0,818

Nilai *cross loading* dalam satu variabel menunjukkan sudah lebih dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa analisis *cross loading* tidak terdapat permasalahan validitas diskriminan.

Uji Reliabilitas

Compisite Reliability

Cara untuk menguji konstruk agar dapat dinyatakan reliabel yaitu dengan melihat nilai *cronbach's alpha*, nilai *composite reliability* dan nila AVE.

Tabel.6 Cronbach's Alpha, Composite Reliability, AVE

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho a)	Composite reliability (rho c)	Average variance extracted (AVE)
Sosial Media	0,937	0,948	0,955	0,841
Jiwa Kewirausahaan	0,941	0,946	0,951	0,707
Pengetahuan Kewirausahaan	0,940	0,942	0,951	0,738

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Inner model dapat dievaluasi dengan Koefisien Determinasi (R-Square), *F Square* dan Q Square.

Koefisien Determinasi (R-Square)

R-Square digunakan untuk mengukur kekuatan prediksi dari model sktruktural. R-Square digunakan untuk mengukur kekuatan prediksi dari model sktruktural. R-Square menjelaskan pengaruh variabel Sosial media terhadap jiwa kewirausahaan yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan.

Tabel.7 Hasil R Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Jiwa Kewirausahaan	0,303	0,287
Pengetahuan Kewirausahaan	0,780	0,069

R Square model jalur I = 0,303. Artinya kemampuan variabel Sosial media dalam menjelaskan Jiwa Kewirausahaan adalah sebesar 30,3% (sedang). R Squarel model jalur II = 0,780. Artinya kemampuan Sosial media melalui pengetahuan kewirausahaan dalam menjelaskan Jiwa kewirausahaan sebesar 78% (Besar).

F Square

elffelct sizer (F-Square) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak

relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen).

Tabel 8 Hasil F Square

Variabel	Sosial Media	Jiwa Kewirausahaan	Pengetahuan Kewirausahaan
Sosial Media		0,099	0,087
Jiwa Kewirausahaan			
Pengetahuan Kewirausahaan		0,218	

Sosial Media – Pengetahuan Kewirausahaan = 0,087 (sedang). Sosial Media – Jiwa Kewirausahaan = 0,099 (sedang). Pengetahuan Kewirausahaan – Jiwa Kewirausahaan = 0,218 (besar)

Q Square

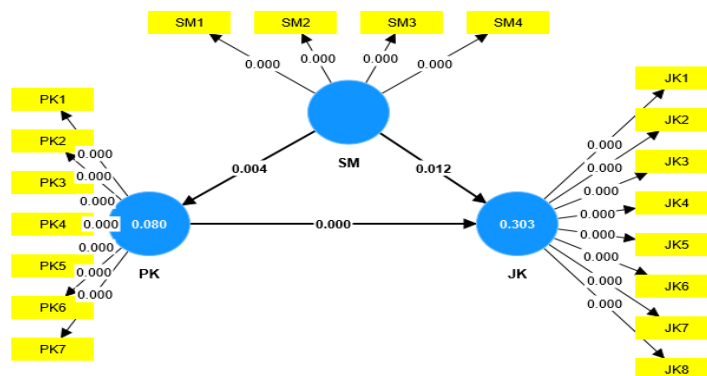
Tabel 9 Hasil Q Square

Variabel	Q ² predict	RMSE	MAE
JK	0,118	0,973	0,701

Pada nilai Q² adalah sebesar 0.118 sehingga dinyatakan relevan dalam memprediksi jiwa kewirausahaan mahasiswa

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat T-Statistics dan nilai P-Values. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai T-Statistics > 1,96 dan P-Values < 0,05.



Gambar.2 Hasil Uji Hipotesis

Hasil dari *full model* menunjukkan hubungan yang terjadi antara variabel laten eksogen dan endoge. Nilai-nilai yang ditampilkan adalah besar koefisien jalur (*path coefficients*) pada masing-masing hubungan yang menunjukkan besar pengaruh langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut ini adalah hasil *Path Coefficients* pengaruh langsung.

Path Coefficients

Tabel. 10 Path Coefficients

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
SM-> JK	0,274	0,281	0,109	2,518	0,012
SM -> PK	0,282	0,291	0,099	2,860	0,004
PK -> JK	0,406	0,411	0,087	4,687	0,000

Pada penjelasan *Path Coefficients* diketahui bahwa hasil uji t sebesar $2,518 > 1,96$, dan p values $0,012 < 0,05$, maka variabel sosial media mempunyai pengaruh terhadap jiwa kewirausahaan. Hasil dari uji t sebesar $2,860 > 1,96$. Dan p values $0,004 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosial media mempunyai pengaruh terhadap pengetahuan kewirausahaan, dan dari hasil uji t sebesar $4,687 > 1,96$. Dan p values $0,000 < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap jiwa kewirausahaan.

Indirect Effect

Tabel.11 Indirect Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
SM-> PK->JK	0,115	0,117	0,043	2,692	0,007

SM-PK-JK diterima dapat diketahui bahwa hasil dari *Indirect Effect* uji t sebesar

2,692 > 1,96. Dan p values 0,007 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan berperan dalam memediasi pengaruh sosial media terhadap jiwa kewirausahaan.

Pengaruh Sosial Media Terhadap Jiwa Kewirausahaan

Berdasarkan hasil dari *Path Coefficients* dapat diketahui bahwa hasil uji t sebesar 2,518 > 1,96. Dan p values 0,012 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan penggunaan sosial media dapat mendorong jiwa kewirausahaan mahasiswa untuk berwirausaha. Yang awalnya mahasiswa memiliki minat berwirausaha tetapi terhalangi oleh tempat dan bingung cara mempromosikan, sejak adanya sosial media mempromosikan barang dan untuk membuka tempat berjualan sangatlah mudah dan dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan sosial media secara optimal dapat merubah pola pikir generasi muda untuk lebih meningkatkan jiwa kewirausahaan mahasiswa (Weerakoon et al., 2020)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hariyani & Wibowo, 2020) yang menyatakan bahwa antara penggunaan media sosial dan jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh. Mahasiswa harus bisa memperluas jaringan komunikasi dengan yang lain untuk menjadi wirausaha yang sukses dengan cara menggunakan internet (Sumerta et al., 2020).

Pengaruh Sosial Media Terhadap Pengetahuan Kewirausahaan

Path Coefficients dapat diketahui bahwa hasil uji t sebesar 2,860 > 1,96. Dan p values 0,004 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel sosial media mempunyai pengaruh terhadap pengetahuan kewirausahaan. Sosial Media memberikan berbagai cara bagi masyarakat terutama kaum muda menjadi pelaku wirausaha dengan melibatkan kreativitas, inovasi, dan kepemimpinan. Pada *resource based theory* dikatakan bahwa salah satu sumber daya yang dapat digunakan untuk menambah pengetahuan adalah dengan memanfaatkan jaringan sosial dan informasi yang dapat diakses melalui media sosial. Semakin lama seseorang mendalami media sosial maka orang tersebut dapat menemukan jiwa kreatifnya dan pengetahuan dalam berwirausaha, maka dapat disimpulkan sosial media mempunyai pengaruh terhadap pengetahuan kewirausahaan. Dan hasil penelitian ini sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh (S. Aisyah et al., 2023) yang menyatakan sosial media berpengaruh terhadap pengetahuan kewirausahaan.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Jiwa Kewirausahaan

Hasil dari *Path Coefficients* dapat diketahui bahwa hasil uji t sebesar $4,687 > 1,96$. Dan p values $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap Jiwa Kewirausahaan.

Terdapat kontribusi hasil belajar kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil belajar yang baik berdampak pada apa yang dilakukan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Hasil belajar ditunjukkan oleh kemampuan kognitif, afektif dan psikomotorik mahasiswa (Arif et al., 2022)

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Utomo, 2023) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap jiwa kewirausahaan. Penelitian (Aputra et al., 2022) juga berpendapat bahwa semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan maka semakin tinggi jiwa kewirausahaan pada mahasiswa dengan kata lain pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap jiwa kewirausahaan (Kerr, 2017)

Pengaruh Sosial Media Terhadap Jiwa Kewirausahaan Yang di Mediasi Oleh Pengetahuan Kewirausahaan

Berdasarkan *Path Coefficients* dapat diketahui bahwa hasil uji t sebesar $2,692 > 1,96$. Dan p values $0,007 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Sosial Media mempunyai pengaruh terhadap Jiwa Kewirausahaan yang di mediasi oleh Pengetahuan Kewirausahaan. Uji t sebesar $2,692 > 1,96$. Dan p values $0,007 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Sosial Media mempunyai pengaruh terhadap Jiwa Kewirausahaan yang di mediasi oleh Pengetahuan Kewirausahaan. Sosial Media mempunyai pengaruh terhadap jiwa kewirausahaan yang di mediasi oleh pengetahuan kewirausahaan. Motivasi diberikan dalam konsep pemikiran bahwa dengan berwirausaha setelah lulus dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain sehingga tidak menimbulkan ketergantungan kepada orang lain (Erik Bisri Alamsyah, 2021)

Pengetahuan Kewirausahaan adalah keseluruhan yang diketahui tentang segala bentuk

informasi, dan hasil belajar proses tersebut diwujudkan melalui sikap, pengetahuan dan keterampilan. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan kemajuan dalam berwirausaha adalah melalui pengetahuan kewirausahaan ketiga hal ini kemudian diolah dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman cara berbisnis. Karena itu, seseorang mempunyai keberanian untuk menjadi wirausaha dan mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha (Hamdani & Sari, 2023)

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian dari (Tangkeallo & Tangdialla, 2021) yang juga menemukan bahwa antara penggunaan media sosial dan jiwa kewirausahaan yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan. Mahasiswa harus bisa memperluas jaringan komunikasi dengan yang lain untuk menjadi wirausaha yang sukses dengan cara menggunakan internet. Dengan demikian bahwa mahasiswa yang bisa menggunakan media sosial dengan maksimal akan diikuti dengan munculnya ketertarikan.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian serta pembahasan pengaruh sosial media terhadap jiwa kewirausahaan yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang terdapat pengaruh Sosial Media berpengaruh terhadap jiwa kewirausahaan dalam berwirausaha.

Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap jiwa kewirausahaan. Hal ini karena mahasiswa manajemen universitas bina darma telah dibekali pengetahuan kewirausahaan melalui berbagai jenis praktik, Sosial media berpengaruh terhadap jiwa kewirausahaan yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan. Mahasiswa harus bisa memperluas jaringan komunikasi dengan yang lain untuk menjadi wirausaha yang sukses dengan cara menggunakan internet.

REFERENCES

- Aisyah, S., Rahmani, N. A. B., & Hasibuan, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim. *Journal on Education*, 5(4), 11740–11757. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131>
- Aputra, A., Sukmawati, & Aziz, N. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial, terhadap minat berwirausaha mahasiswa UKM kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *TATA KELOLA: Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 9(1), 106–125.

- Arif, A., Ganefri, Yulastri, A., Purwanto, W., Wagino, Hidayat, N., & Muslim. (2022). Kontribusi Kecerdasan Emosional dan Hasil Belajar Kewirausahaan terhadap Minat Entrepreneur Mahasiswa. *Jurnal Imiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 6(3), 458–465. <https://doi.org/10.23887/jipp.v6i3.54354>
- Erik Bisri Alamsyah, D. (2021). *Yos Soedarso Economics Journal (Yej) Pengaruh Inflasi Terhadap Kestabilan Dan Eksistensi Usaha Ekonomi Mikro*, 3(1), 70–77.
- Hamdani, N. A., & Sari, I. (2023). *Investigating the Relationship between Entrepreneurial Knowledge and Entrepreneurial Interest : A Survey on E-Commerce Entrepreneur*. 4(3), 132–138.
- Hariyani, R., & Wibowo, A. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis Terhadap Minat Berwirausaha. *SEMINAR NASIONAL Dinamika Informatika 2020 Universitas PGRI Yogyakarta*, 112–118. <http://prosiding.senadi.upy.ac.id/index.php/senadi/article/view/137/129>
- Kerr, G. (2017). The motivations, business satisfaction and commitment of career and later-life older entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 29(2), 140–155. <https://doi.org/10.1080/08276331.2017.1288528>
- Olivia, M., & Nuringsih, K. (2022). Peran Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Dalam Pengembangan Kreativitas Berwirausaha. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 203. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i1.13360>
- Owen, R., Vedanthachari, L. N., & Hussain, J. (2023). The role of the university entrepreneurial ecosystem in entrepreneurial finance: case studies of UK innovation knowledge centres. *Venture Capital*, 00(00), 1–25. <https://doi.org/10.1080/13691066.2023.2205606>
- Rahayu, E. P., & Sulistyowati, S. N. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 7(1), 12. <https://doi.org/10.32493/pekobis.v7i1.p12-23.20905>
- Suheryanto, F. A., & Ie, M. (2023). *THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY , ENTREPRENEURIAL ATTITUDES AND THE USE OF SOCIAL*. 1(2), 401–409.
- 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 Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 627.

<https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i07.p03>

- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 74. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15964>
- Utomo, H. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Mahasiswa Menjadi Wirausahawan. *Journal on Education*, 05(03), 8211–8221.
- Weerakoon, C., McMurray, A. J., Rametse, N., & Arenius, P. (2020). Knowledge creation theory of entrepreneurial orientation in social enterprises. *Journal of Small Business Management*, 58(4), 834–870. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1672709>



BUKTI PENERIMAAN NASKAH ARTIKEL ILMIAH

Letter of Acceptance (LoA)

Diberitahukan bahwa, Naskah artikel ilmiah dengan judul :

Pengaruh Sosial Media Terhadap Jiwa Kewirausahaan Yang Di Mediasi Oleh Pengetahuan Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang

Yang diserahkan oleh:

Hanip Pranata Ramadhan¹ Muji Gunarto²

^{1,2} Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma

Telah diterima untuk dipublikasikan pada tanggal 15 Oktober 2023 pada Jurnal :

SEIKO : Journal of Management & Business

ISSN : 2598-8301 (Online)

Vol 6, No 2 2023

Terakreditasi **SINTA** grade 4

Demikian surat ini dibuat dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 22 September 2023

OJS Admin,




Amar Sani

This Journal has been indexed by :

