

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yaitu, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi kewirausahaan, Pemanfaatan Media Sosial, dan Intensi Kewirausahaan yang akan digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini. Maka definisi dari ke-4 variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### **2.1.1 Entrepreneurship**

Wirausaha adalah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai peluang-peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan dan mengambil tindakan yang tepat untuk memperoleh keuntungan dalam rangka meraih kesuksesan atau meningkatkan pendapatan. (Isrososiawan, 2013). Entrepreneurship adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (ability), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. (Suryana, 2013). Entrepreneur adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikanannya. (Fahmi, 2013).

Entrepreneurship ialah kemampuan seseorang untuk kemudian peka terhadap peluang serta memanfaatkan peluang tersebut untuk kemudian melakukan perubahan

dari sistem yang ada. Dalam dunia entrepreneurship, peluang kesempatan untuk mewujudkan ataupun melaksanakan suatu usaha harus tetap memperhitungkan resiko yang dihadapi. (Abu Marlo, 2013). Kewirausahaan merupakan proses dinamis dalam menciptakan kekayaan, dan proses menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki value dengan mencurahkan waktu dan usaha yang diperlukan, mengambil risiko keuangan, psikis dan sosial, dan memperoleh hasil dalam bentuk keuangan, kepuasan pribadi dan kebebasan. Kewirausahaan dapat terjadi pada semua bidang (Hisrich,Peters & Shepherd, 2005).

### **2.1.2 Entrepreneurship Characteristic**

Menurut Ghina & Ramadhan (2017) dalam Ratnasari (2020) ,menjelaskan karakteristik kewirausahaan sebagai berikut:

1. *Locus of Control*, adalah tingkat di mana individu percaya bahwa pencapaian mereka tergantung pada mereka sendiri perilaku.
2. *Propensity to Take Risk*, adalah situasi yang telah diperhitungkan sebelumnya oleh seorang pengusaha untuk mengembangkan strategi dan meminimalkan dampak dari risiko yang akan diambil.
3. *Selfconfidence*, Ini adalah keyakinan yang tinggi bahwa seseorang mampu mengatasi masalah dengan situasi terbaik.
4. *Need for Achievement*, adalah individu-individu yang berusaha untuk unggul untuk mencapai kesuksesan dan kebutuhan untuk berprestasi dalam bisnis pengembangan.
5. *Tolerance to Ambiguity*, adalah kemampuan individu untuk merespons secara positif terhadap ambiguitas situasi.

6. *Innovativeness*, adalah adanya kreativitas dan inovasi ide yang mampu menggabungkan ide dengan sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan final nilai.

### **2.1.3 Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Kewirausahaan**

Pemanfaatan media sosial sangat memengaruhi kewirausahaan. Pemanfaatan media sosial, motivasi intrinsik, dan pengetahuan kewirausahaan secara keseluruhan memengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Media sosial dapat berfungsi sebagai alat yang berguna untuk berinteraksi dengan pelanggan, membangun jaringan, dan memasarkan barang atau jasa. Selain itu, media sosial juga dapat berfungsi sebagai sumber informasi dan pembelajaran tentang kewirausahaan, yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seorang pengusaha. Namun, penting untuk diingat bahwa jika pemanfaatan media sosial ingin berdampak positif pada kewirausahaan harus memiliki strategi yang tepat. Strategi ini mencakup memilih platform yang sesuai dengan target pasar, membuat konten yang menarik dan relevan, dan terlibat dalam interaksi aktif dengan pengguna lainnya.

Sosial media berperan besar dalam memajukan kinerja bisnis. Sosial media adalah bagian yang memiliki keterkaitan dengan praktik kewirausahaan. (Basalamah, 2021). Sosial media merupakan alat teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk membantu pengembangan pemasaran dan dapat membantu meningkatkan penjualan jangka panjang. (Dewi, 2019).

#### **2.1.4 Pengetahuan Kewirausahaan**

Pengetahuan kewirausahaan adalah pemahaman dan ilmu tentang berwirausaha yang mencakup semua pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang diperlukan untuk menjalankan usaha dengan sukses. Pengetahuan ini termasuk pengetahuan tentang usaha, peran dan tanggung jawab, kepribadian dan kemampuan diri, manajemen dan organisasi bisnis, dan lingkungan usaha. Pengetahuan kewirausahaan juga mencakup keberanian untuk mengambil risiko dan bersaing dengan orang lain, serta kreativitas dan inovasi.

Pengetahuan kewirausahaan adalah ilmu, seni maupun perilaku, sifat, ciri, dan watak seseorang yang mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Berpikir sesuatu yang baru (kreatifitas) dan bertindak melakukan sesuatu yang baru (keinovasian) guna menciptakan nilai tambah agar mampu bersaing dengan tujuan menciptakan kemakmuran individu dan masyarakat. Karya dari wirausaha dibangun berkelanjutan, dilembagakan agar kelak berjalan dengan efektif ditangan orang lain. (Moerdiyanto, 2012). Pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat atau konsumennya. (Kuntowicaksono, 2012). Pengetahuan kewirausahaan adalah dasar yang harus dimiliki seseorang dalam melakukan kewirausahaan (Hisrich dalam Sarwono 2012).

#### **2.1.5 Intensi Kewirausahaan**

Intensi berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. (Yanto dalam

Santi, dkk, 2017). Intensi berwirausaha (Entrepreneurial Intention), merupakan tendensi keinginan individu melakukan tindakan berwirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan risiko. (Ranto Prill , 2017). Intensi kewirausahaan merupakan representasi kognitif dari tindakan yang akan dilaksanakan oleh individu baik yang akan membangun usaha mandiri baru atau menciptakan nilai baru dalam perusahaan yang ada. Intensi kewirausahaan selalu berkaitan dengan kuatnya motif seseorang dalam berwirausaha sehingga mempengaruhi perilakunya. (Fini, 2009).

Intensi berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. (Andika dan Madjid, 2012). Intensi berwirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Intensi berwirausaha yaitu keinginan individu untuk melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambil resiko. (Farida dan Mahmud, 2015). Intensi berwirausaha adalah faktor motivasi yang memengaruhi individu- individu untuk mengejar hasil-hasil wirausaha. Intensi merupakan suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktivitas tertentu atau menghasilkan suatu keadaan tertentu masa depan. (Prasetya, 2018).

#### **2.1.6 Motivasi Kewirausahaan**

Motivasi berwirausaha adalah faktor yang memiliki peran besar dibalik kesuksesan usaha seseorang. Motivasi usaha merupakan dorongan bagi seseorang untuk melakukan usaha dengan semangat, inovatif dan kreatifitas yang tinggi, serta berani

dalam menghadapi segala risiko dalam rangka memperoleh keuntungan. Faktor utama yang dapat memotivasi perempuan dalam berwirausaha adalah karena tidak memiliki pekerjaan. Orang yang tidak memiliki pekerjaan lebih berkemungkinan untuk melakukan kegiatan wirausaha dibandingkan dengan orang yang sudah bekerja. (Ardiyanti & Mora, 2019).

Motivasi perempuan berwirausaha antara lain karena keinginan mandiri dalam ekonomi, dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan keluarga, mengoptimalkan tempat dan waktu luang untuk mulai berwirausaha, memiliki hobi atau keahlian tertentu yang dapat dikembangkan menjadi usaha, termotivasi dengan melihat orang lain sukses. (Setyoningrum & Herdawan, 2022). Motivasi Berwirausaha mempengaruhi minat dalam usaha bisnis karena motivasi mendorong seseorang untuk maksimal dalam bekerja sehingga memperoleh hasil yang baik. (Octavionica, 2016).

## 2.2 Model Penelitian

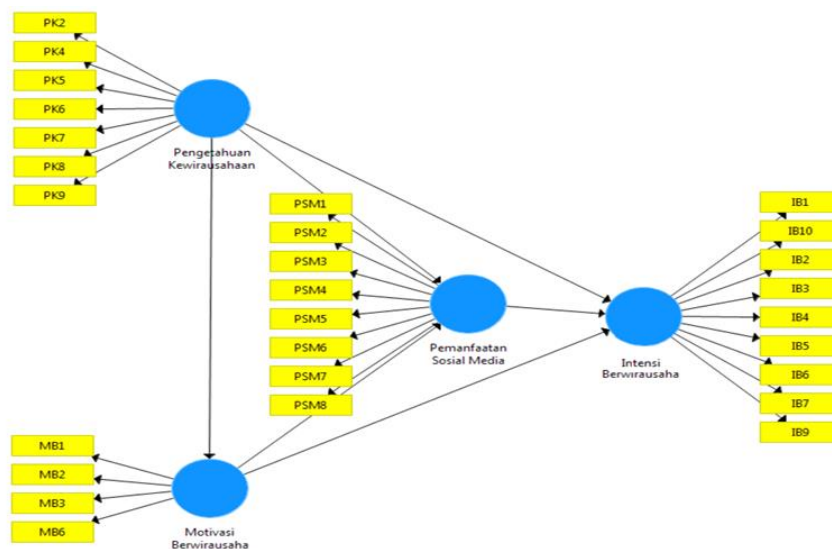


Figure 2.1 Research Model

Gambar 2. 1 Model Penelitian

Berdasarkan gambar 2.1, hipotesis yang ingin diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H1: Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Motivasi Kewirausahaan
2. H2: Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Intensi Kewirausahaan
3. H3 : Motivasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Intensi Kewirausahaan
4. H4 : Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap Intensi Kewirausahaan
5. H5 : Motivasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Pemanfaatan Media Sosial.
6. H6 : Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Pemanfaatan Media Sosial

## **2.3 Pengembangan Hipotesis**

### **2.3.1 Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Motivasi**

#### **Kewirausahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri tidak berpengaruh terhadap motivasi, efikasi diri berpengaruh terhadap minat, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap motivasi, pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat, motivasi berpengaruh terhadap minat, motivasi tidak berfungsi sebagai variabel mediasi pada pengaruh efikasi dan motivasi berfungsi sebagai variabel mediasi pada pengetahuan kewirausahaan terhadap minat wirausaha. (Flora Puspitaningsih, 2014). Faktor mata kuliah kewirausahaan, pengetahuan dan pelatihan serta pengalaman bekerja berpengaruh positif terhadap motivasi kewirausahaan mahasiswa. Sedangkan latar belakang pendidikan dan pendidikan kewirausahaan keluarga tidak berpengaruh terhadap motivasi kewirausahaan mahasiswa. (Andwiani Sinarasri, Ayu Noviani Hanum, 2012).

Manusia menjadi sukses sebagai wirausaha tidak hanya mengandalkan bakat tapi juga ilmu pengetahuan dan pengalaman. Dengan arti bahwa pengetahuan tentang kewirausahaan perlu bagi setiap individu sehingga memudahkan dirinya untuk

mencapai kesuksesan ke depan. (Ciputra dalam Puspitaningsih, 2014). Ada pengaruh yang signifikan dari faktor internal, faktor eksternal dan pembelajaran terhadap minat berwirausaha mahasiswa, baik secara parsial maupun secara simultan.<sup>15</sup> Dari beberapa penelitian di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha, sedangkan pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, secara simultan pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha bersama-sama berpengaruh terhadap motivasi menjadi wirausaha. (Yudi Siswadi, 2013).

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

H1 : Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Motivasi Kewirausahaan

### **2.3.2 Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Intensi**

#### **Kewirausahaan**

Pendidikan kewirausahaan akan meningkatkan semangat siswa untuk berwirausaha serta meningkatkan kepercayaan pada kompetensi individu mereka, yang akan mengarah pada peningkatan niat berwirausaha bagi siswa. (Doan & Phan, 2020). Mengatakan pengalaman pendidikan kewirausahaan yang sesuai akan mempengaruhi mereka untuk menjadi pengusaha. (Kadir et al., 2012). Pengetahuan kewirausahaan dapat meningkatkan kemungkinan individu untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Mereka menyatakan bahwa individu yang memiliki pengetahuan yang lebih luas tentang kewirausahaan cenderung memiliki intensi yang lebih tinggi untuk memulai bisnis atau terlibat dalam aktivitas kewirausahaan lainnya. (Davidsson dan Wiklund, 2001). Tujuan pendidikan kewirausahaan adalah



membentuk individu yang berkarakter, memiliki keterampilan dan pemahaman untuk menjadi wirausaha. (Mwasalwiba, 2010).

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian ini adalah :

H2 : Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Intensi Kewirausahaan

### **2.3.3 Motivasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Intensi Kewirausahaan**

Faktor motivasional yang mempengaruhi niat kewirausahaan mencakup yakni :

1. Efikasi diri adalah keyakinan bahwa seseorang dapat sukses menjalankan proses entrepreneurial
2. Persepsi atas keinginan adalah derajat dimana seorang individu memiliki evaluasi diskusi tau tidak diskusi atas hasil dari kegiatan entrepreneuria yang dilakukan
3. Latar belakang juga turut mempengaruhi pembentukan jiwa wirausaha seperti yang diungkapkan oleh Hisrich dalam diantaranya adalah pendidikan, nilai pribadi, usia, serta pengalaman kerja. Pendidikan kewirausahaan penting. (Slamet et al, 2016). Motivasi berwirausaha menurut menjadi salah satu faktor dalam mendukung meningkatnya niat berwirausaha. (Hafizhah et al, 2019).

Motivasi kewirausahaan adalah konstruksi psikologis yang mengacu pada alasan dan keinginan untuk mendorong orang agar menjadi pengusaha. (Yi & Duval-Couetil, 2018). Motivasi berwirausaha yang dilaksanakan di berbagai perguruan tinggi maupun pihak-pihak lain terbukti secara empiris mampu membentuk mental entrepreneurship mahasiswa. Motivasi seseorang mempengaruhi timbulnya jiwa berwirausahanya. (Indradi dkk., 2014). Motivasi berwirausaha secara signifikan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha, maka motivasi berwirausaha secara signifikan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. (Farouk dan Ikram, 2014).

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian ini adalah :

H3 : Pengaruh Motivasi Kewirausahaan terhadap Intensi Kewirausahaan

#### **2.3.4 Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap Intensi Kewirausahaan**

Pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. (Chabib & Sulistyowati, 2021). Faktor yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha adalah Motivasi dalam menggunakan media sosial. Motivasi sebagai salah satu faktor pendukung penting yang dapat mendorong keberanian seseorang untuk memutuskan berwirausaha sangat dibutuhkan dalam diri seorang mahasiswa (Prasetio, 2020). Untuk dapat menggunakan media sosial sebagai perantara dan alat dalam menjalankan minat berwirausahanya. Sehingga berani merubah pola pikir ke arah digitalisasi dalam memasarkan produk untuk menjadi seorang wirausaha. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh yang signifikan antara tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha (Kurniawan, 2016).

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian ini adalah :

H4 : Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap Intensi Kewirausahaan

#### **2.3.5 Motivasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Pemanfaatan Media**

##### **Sosial**

Selain sosial media, motivasi juga memiliki peran penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Motivasi adalah segala kekuatan yang memberikan dorongan untuk seseorang dapat memutuskan apakah akan melakukan atau tidak melakukan kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan, baik dalam rangka memenuhi kebutuhan

atau mencapai kepuasan pribadi. (Mahanani & Sari, 2018). Sosial media berperan besar dalam memajukan kinerja bisnis. Sosial media adalah bagian yang memiliki keterkaitan dengan praktik kewirausahaan. (Basalamah, 2021).

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian ini adalah :

H5 : Motivasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Penmanfaatan Media Sosial

### **2.3.6 Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Pemanfaatan Media Sosial**

Pengetahuan kewirausahaan dan media sosial berhasil tampak memberikan hasil dampak pengaruh yang arah hasilnya positif dan hasilnya signifikan pada minat berwirausaha. (Suratno, dkk, 2020). Pengetahuan kewirausahaan memunculkan dampak pengaruh yang arah hasilnya signifikan dan juga adanya hasil mempunyai jalinan hubungan korelasi yang arah hasilnya positif dan juga dengan secara kuat pada minat berwirausaha Mahasiswa. (Prasetio & Haryani, 2020). Faktor-faktor yang mendorong minat berwirausaha adalah faktor internal, faktor eksternal dan pembelajaran kewirausahaan. Hal ini berarti bahwa media sosial dan pembelajaran kewirausahaan termasuk didalam faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha seseorang. (Siswandi, 2013).

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian ini adalah :

H6 : Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Pemanfaatan Media Sosial

## 2.4 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Manfaat Penelitian
1	Flora Puspitaningsih (2014)	Tri Cahyani Pangesti Leres	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha terhadap Motivasi untuk Menjadi Young Entrepreneur pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap motivasi kewirausahaan.
2	Andwiani Sinarasri, Ayu Noviani Hanum (2012)	Tri Cahyani Pangesti Leres	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha terhadap Motivasi untuk Menjadi Young Entrepreneur pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap motivasi kewirausahaan.

3	Ciputra dalam Puspitaningsih (2014)	Research Gate 2(2), 223-235	Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap motivasi kewirausahaan.
4	Yudi Siswadi (2013)	Tri Cahyani Pangesti Leres	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha terhadap Motivasi untuk Menjadi Young Entrepreneur pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap motivasi kewirausahaan.
5	Doan & Phan (2020)	Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume 2 No. 1 (2021)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas di Jakarta	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi intensi kewirausahaan.
6	Kadir et al. (2012)	Jurnal Bisnis, Manajemen, dan	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa

		Keuangan Volume 2 No. 1 (2021)	Mahasiswa Universitas di Jakarta	pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi intensi kewirausahaan.
7	Mwasalwiba (2010)	Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume 2 No. 1 (2021)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas di Jakarta	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi intensi kewirausahaan.
8	Slamet et al (2016)	Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial Volume 3, Issue 1, 2022.	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri dan Motivasi Berwirausaha terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa FKIP Universitas Jambi Angkatan 2019	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan.
9	Hafizhah et al (2019)	Nur Abita Primastiwati 16.0101.0141	Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga dan Ekspetasi Pendapatan Terhadap Keputusan Wanita Berwirausaha di Kabupaten Malang	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan.

10	Yi & Duval-Couetil (2018)	Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume xx No. xx (20xx)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan.
11	Indradi dkk (2014)	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.1, 2016: 678-705	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa S1 FEB UNUD	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan.
12	Farouk dan Ikram (2014)	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.1, 2016: 678-705	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa S1 FEB UNUD	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan.
13	Chabib & Sulistyowati (2021)	Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume. No. (2022)	Pengaruh Sosial Media Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial mempengaruhi intensi kewirausahaan.

14	Prasetio (2020)	Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 3 No 3 Bulan November 2020	Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial mempengaruhi intensi kewirausahaan.
15	Kurniawan (2016)	Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 3 No 3 Bulan November 2020	Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial mempengaruhi intensi kewirausahaan.
16	Mahanani & Sari (2018)	Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume. No. (2022)	Pengaruh Sosial Media dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh motivasi kewirausahaan sebagai mediasi dalam hubungan pemanfaatan media sosial terhadap intensi kewirausahaan.



17	Basalamah (2021)	Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume. No. (2022)	Pengaruh Sosial Media dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh motivasi kewirausahaan sebagai mediasi dalam hubungan pemanfaatan media sosial terhadap intensi kewirausahaan.
18	Suratno ( 2020)	Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Vol. 15 No. 1 (2023)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan kewirausahaan sebagai mediasi dalam hubungan pemanfaatan media sosial terhadap intensi kewirausahaan.
19	Prasetio & Haryani (2020)	Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Vol. 15 No. 1 (2023)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan kewirausahaan sebagai mediasi dalam hubungan pemanfaatan media sosial

				terhadap intensi kewirausahaan.
20	Siswandi (2013)	JKB Vol.25 No.1 Juni 2020	Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiwa FKIP UNS	Sebagai jurnal pendukung dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan kewirausahaan sebagai mediasi dalam hubungan pemanfaatan media sosial terhadap intensi kewirausahaan.

**Tabel 2.1 Olah Data Sekunder Penulis**