



Rut Marina Pasaribu¹
 Putri Kemala Dewi
 Lubis²

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MELALUI EFIKASI DIRI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI STAMBUK 2020 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

Abstrak

Dengan efikasi diri sebagai variabel intervening, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode ex post facto yang dikombinasikan dengan teknik sampling komprehensif. Responden dalam penelitian ini berjumlah delapan puluh tiga orang. Penelitian ini menggunakan uji Sobel, uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian asumsi tradisional heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan kenormalan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap efikasi diri, lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap efikasi diri, media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, dan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan.

Kata Kunci: Media Sosial, Lingkungan Keluarga, Minat Berwirausaha dan Efikasi Diri

Abstract

With self-efficacy serving as an intervening variable, this study aims to ascertain the impact of social media and family environment on entrepreneurial interest in Medan State University's batch 2020 economic education students. Research of this kind is quantitative. The ex post facto method combined with a comprehensive sampling technique is used in this investigation. There were eighty-three responders in this study. This study employed Sobel tests, validity and reliability tests, and testing for the traditional assumptions of heteroscedasticity, multicollinearity, and normalcy. The study's findings indicate that social media positively affects self-efficacy, family environments positively affect self-efficacy, social media positively affects interest in entrepreneurship, family environments positively affect interest in entrepreneurship, self-efficacy positively affects interest in entrepreneurship, and social media positively affects interest in entrepreneurship through self-efficacy in Economic Education students, batch 2020, Faculty of Economics, State University of Medan.

Keywords: Social Media, Family Environment, Interest in Entrepreneurship and Self-Efficacy

PENDAHULUAN

Setiap negara, terutama Indonesia dihadapkan oleh salah satu permasalahan ekonomi besar yakni masalah pengangguran. Indonesia merupakan sebuah negara berkembang dan untuk mendapatkan sebuah pekerjaan sangat sulit. Jumlah pengangguran yang ada di Indonesia dengan bergelar sarjana terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh ketatnya persaingan dalam dunia kerja di Indonesia dan orientasi para lulusan tinggi bukan hanya untuk menciptakan lapangan pekerjaan, melainkan menjadi pencari kerja (job seeker). Hal ini yang menjadi tantangan bagi pihak perguruan tinggi sebagai lembaga hasil lulusan, karena secara

^{1,2} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan
 email : rutmarina2001@gmail.com, putrikemala@unimed.ac.id

sempit pendidikan dimaknai sebagai lembaga untuk bekal mencari uang dan sebagai proses untuk meningkatkan kualitas diri seorang individu.

Jika diperhatikan akan situasi tersebut, oleh karena itu kewirausahaan dapat menjadi preferensi yang digunakan sebagai salah satu solusi. Namun, sangat disayangkan bahwa minat berwirausaha di masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan pemuda dan mahasiswa, masih kurang. Kurangnya minat mahasiswa untuk berwirausaha dapat dikaitkan dengan pilihan mereka untuk bekerja setelah lulus daripada memulai usaha sendiri. Selain itu, banyak dari mereka yang menunda lulus karena merasa belum siap untuk memasuki dunia kerja. Daripada bersiap untuk mendirikan perusahaan baru, mereka lebih baik mempersiapkan diri untuk mengikuti proses rekrutmen (Putra, 2018). Adapun upaya menanggulangi hal tersebut, pemerintah bertindak cepat dengan mengesahkannya UU Kepemudaan No. 40 Tahun 2009 yang dimana mengatur tentang kewirausahaan dikalangan anak muda, yang dimana juga bertujuan untuk mengembangkan potensi, keterampilan dan kemandirian berwirausaha, dan juga pengembangan kewirausahaan generasi muda dilakukan dengan didasari minat, bakat dan potensi daerah yang masing-masing difasilitasi oleh pemerintah atau organisasi atau juga dengan dibiayai individu itu sendiri. Lebih jauh, kewirausahaan dianggap sebagai pendekatan terbaik untuk mengatasi masalah ketenagakerjaan yang muncul. Banyaknya kesempatan kerja, berbagi keinginan dan layanan konsumen, peningkatan kesejahteraan suatu negara, dan tingkat daya saing semuanya dimungkinkan oleh kewirausahaan. Selain mengatasi kesulitan yang ditimbulkan oleh globalisasi, seseorang juga harus bersaing dengan ekonomi global yang kompetitif dalam hal kreativitas dan penemuan.

Semakin banyaknya perusahaan yang telah dirilis melalui media sosial juga dipengaruhi oleh peningkatan pengguna media sosial setiap tahunnya. Tidak diragukan lagi, situasi ini menghadirkan peluang bagi pemasaran elektronik untuk berkembang secara dinamis. Media sosial dapat menurunkan risiko kegagalan dan memudahkan untuk mempromosikan suatu produk kepada khalayak yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah, yang berdampak signifikan pada keputusan generasi muda untuk menjadi wirausahawan. Kemampuan untuk membangun jaringan yang besar dan terlibat dalam komunikasi yang sering dan bervolume tinggi dengan orang lain merupakan prasyarat untuk menjadi wirausahawan yang sukses.

Dapat dilihat bahwa dari data alumni angkatan tahun 2017 lebih banyak memilih menjadi pegawai atau karyawan dan mencari pekerjaan daripada memilih menjadi wirausahawan, yaitu sebanyak 21 orang sedangkan 8 orang memilih menjadi seorang wirausahawan. Angkatan 2018 lebih banyak memilih menjadi pegawai atau karyawan dan mencari pekerjaan sebanyak 14 orang, sedangkan 5 orang lebih memilih menjadi seorang wirausahawan. Alasan mereka lebih banyak memilih menjadi pegawai atau karyawan dan mencari pekerjaan karena menurut mereka dengan menjadi pegawai atau karyawan mereka punya penghasilan tetap yang lebih jelas. Mereka juga beralasan lebih memilih menjadi pegawai atau karyawan dan mencari pekerjaan karena tidak mempunyai percaya diri dalam berwirausaha, mereka takut akan resiko yang di dapat karna merasa tidak memiliki percaya diri dan pengalaman. Beberapa orang lain nya memilih menjadi seorang wirausahawan karena mereka beranggapan menjadi seorang wirausahawan jauh lebih menguntungkan serta dapat mengurangi jumlah pengangguran yang meningkat dan melanjutkan usaha yang dimiliki orang tua nya.

Survei awal yang dilakukan peneliti terhadap 79 mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 UNIMED menunjukkan minat mahasiswa untuk berwirausaha masih tergolong rendah. Ditemukan bahwa, dibandingkan dengan mahasiswa yang ingin bekerja sebagai pegawai negeri atau pekerja setelah lulus kuliah, mayoritas mahasiswa menunjukkan minat yang relatif rendah untuk memulai usaha sendiri. Rendahnya minat mahasiswa untuk berwirausaha dapat dikaitkan dengan sejumlah hal, seperti keengganan mereka untuk meninggalkan zona nyaman dan menjadi wirausahawan serta kepastian penghasilan tetap setiap bulan jika menjadi karyawan. Namun, untuk dapat bekerja di kantor, seseorang harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh perusahaan, yaitu memiliki kemampuan yang dibutuhkan dan bersaing dengan lulusan baru lainnya untuk mendapatkan posisi yang tersedia. Mengingat keadaan tersebut, mahasiswa harus memilih jalur yang memungkinkan mereka untuk memulai usaha sendiri dan menciptakan lapangan pekerjaan.

Di era digital ini, apa pun berpotensi terhubung dengan internet. Media sosial dapat membantu para wirausahawan mengubah cara pandang mereka dan menjadi cara untuk menarik

pelanggan, menurut Eswanto Sugeng dan Siti Laela (2018). Hal ini merupakan salah satu aspek yang dapat membantu kegiatan wirausaha saat ini. Keberadaan internet telah mengubah aktivitas dan gaya hidup masyarakat sehari-hari. Media sosial pun menyebar ke seluruh dunia. Tujuan awal media sosial adalah untuk menjalin hubungan antar lapisan masyarakat yang berbeda. Namun seiring berjalannya waktu, peran ini berubah menjadi hub bagi para pelaku bisnis. Para wirausahawan yang mayoritas adalah pebisnis muda memanfaatkan tren ini. Saat ini, internet dapat digunakan untuk berbisnis, berkomunikasi, dan mencari informasi. Zaman di mana penjual dan pembeli bertemu langsung untuk menyelesaikan transaksi jual beli sudah mulai memudar. Dengan koneksi internet, Anda dapat berbisnis jual beli produk dan jasa langsung dari genggaman tangan. Menurut penelitian Lisnawati & Indrawati (2020), media sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap pola penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa tersebut, sebagian besar mahasiswa pendidikan ekonomi menyatakan bahwa mereka menggunakan media sosial hanya untuk mengisi waktu ketika bosan, mencari hiburan, dan melihat-lihat kiriman teman. Dengan demikian, masih terdapat kelangkaan minat di kalangan mahasiswa yang tertarik pada kewirausahaan dalam memanfaatkan media sosial untuk meluncurkan bisnis. Dalam hal berbagi informasi, media sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama atau bersekolah di sekolah yang sama. Kemungkinannya hampir tak terbatas. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk interaksi pengguna, tetapi juga memiliki kekuatan untuk mengubah secara drastis bagaimana informasi digunakan.

Dukungan keluarga merupakan komponen penting lainnya yang memiliki dampak besar terhadap antusiasme siswa dalam berwirausaha. Sementara itu, modal awal untuk berwirausaha dapat sangat terbantu dengan dukungan lingkungan keluarga yang menjadi pendorong kuat untuk tumbuh dan berkembang. Tahap awal pembentukan kepribadian dibentuk oleh dukungan orang tua, dan minat merupakan salah satu komponen kepribadian.

Menurut hasil observasi mahasiswa ekonomi angkatan 2020, mayoritas menyatakan bahwa karena kesulitan mendapatkan dana untuk mendirikan usaha, lingkungan keluarga tidak mendukung untuk berwirausaha. Menurut Mappiare (2008), orang tua memiliki pengaruh terhadap hobi, nilai, pilihan karier, dan pola kebutuhan anak-anaknya. Meskipun demikian, menurut penelitian lapangan, mayoritas orang tua menginginkan anak-anaknya bekerja sebagai pegawai negeri. Perilaku dan sikap anggota keluarga saling memengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung. Kurangnya dukungan di lingkungan rumah juga dapat menyebabkan rendahnya minat siswa dalam berwirausaha. Oleh karena itu, dukungan orang tua dan lingkungan keluarga memegang peranan penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

Keterlibatan orang tua, yang berperan sebagai panutan bagi anak-anak mereka dan membantu membangun karakter, kecerdasan emosional, keterampilan, dan kepribadian positif mereka, merupakan cara penting lain yang dapat dilakukan keluarga untuk mengajarkan kewirausahaan kepada anak-anak mereka. Orang tua seperti itu mampu mendukung dan menumbuhkan kemandirian dan keberanian anak-anak mereka. Hasilnya, anak-anak akan merasa percaya diri dan cukup percaya diri untuk mengerjakan tugas yang sesuai dengan tingkat keterampilan mereka. Dukungan orang tua merupakan salah satu faktor yang memengaruhi potensi dan minat anak dalam berwirausaha karena, tidak seperti orang lain, orang tua memungkinkan kita untuk mengekspresikan diri secara bebas (Periera et al., 2017).

Deden (2016) menemukan bahwa anak-anak yang memiliki orang tua yang bekerja sendiri dan memiliki perusahaan sendiri cenderung mengikuti jejak orang tuanya dan menjadi wirausahawan. Anak-anak yang tinggal dalam lingkungan keluarga yang berbisnis atau yang orang tuanya berwirausahawan sering kali terinspirasi oleh keadaan ini sejak usia dini. Pengetahuan ini membantu membentuk sikap dan keyakinan mereka tentang nilai memiliki jiwa wirausaha.

Clement K. Wang menegaskan (dalam Hasbullah, 2005) bahwa ambisi seseorang untuk memulai bisnis sendiri dipengaruhi oleh sejarah keluarganya. Lingkungan keluarga berfungsi sebagai lingkungan pendidikan awal anak karena di sanalah ia pertama kali menerima instruksi dan arahan dari orang tuanya, yang akan berdampak pada keputusan masa depan anak terkait kariernya. Keinginan seorang anak untuk menjadi wirausahawan akan lebih terstimulasi oleh

orang tua yang menunjukkan dukungan positif, seperti dengan mendukung dan memenuhi hobinya, dan sebaliknya.

Faktor kunci dalam pengembangan ambisi wirausaha adalah efikasi diri. Kurniawan dkk. (2016) mendefinisikan efikasi diri sebagai keyakinan individu terhadap kapasitas mereka untuk melakukan tugas secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan. Keyakinan ini didasarkan pada kemampuan individu untuk menghitung jumlah pekerjaan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut dan merasa dapat mengatasi rintangan apa pun. Hubungan antara mata kuliah kewirausahaan dan minat berwirausaha dapat dimediasi secara positif oleh efikasi diri (Maharani dan Khalikussabir, 2020). Kenyataannya, efikasi diri atau keyakinan siswa untuk memulai bisnis masih dianggap rendah.

Sebagian besar siswa di kelas pendidikan ekonomi 2020 menunjukkan efikasi diri yang rendah dalam minat mereka terhadap kewirausahaan, menurut temuan pengamatan yang dilakukan terhadap mereka. Beberapa siswa menyatakan bahwa mereka tidak tertarik untuk memulai bisnis mereka sendiri, dan instruktur mata kuliah tidak menginspirasi siswa untuk mengejar minat mereka dalam kewirausahaan guna memperoleh kredit yang disyaratkan. Sebaliknya, mereka hanya mengharapkan siswa mereka untuk memahami materi dan mempraktikkannya.

Salah satu penyebab mahasiswa ekonomi angkatan 2020 kurang percaya diri dalam menjalankan usaha adalah kegagalan dalam dunia bisnis. Tantangan mereka di masa mendatang dalam mengelola perusahaan akan terdampak oleh kurangnya rasa percaya diri tersebut. Memahami bakat diri dalam situasi yang dihadapi saat menjalankan usaha menentukan apakah seseorang kurang percaya diri dalam menjalankan usaha atau tidak. Menurut Bandura (1997), seseorang yang memiliki efikasi diri akan mampu mengelola dan mengambil tindakan untuk mencapai tujuan. Namun, pada kenyataannya, kurangnya keyakinan mahasiswa ekonomi angkatan 2020 terhadap kapasitasnya dalam menjalankan perusahaan itulah yang sebenarnya terjadi.

Hal ini sangat disayangkan karena mahasiswa akan lebih termotivasi untuk bertindak jika mereka merasa cukup percaya diri untuk bertindak. Hal yang sama berlaku untuk kewirausahaan: mahasiswa yang memiliki tingkat efikasi diri yang tinggi akan lebih mudah untuk berhasil dalam usaha mereka. Oleh karena itu, diharapkan mahasiswa dapat mengembangkan minat dalam berwirausaha.

Maka dari itu mahasiswa diharapkan dapat menumbuhkan minatnya dalam berwirausaha melalui efikasi diri, terlebih pada mahasiswa pendidikan ekonomi stambuk 2020, dimana mahasiswa dituntut untuk yakin atau percaya dengan kemampuannya agar dapat menyelesaikan tugas dan dapat bertanggung jawab atas apa yang dikerjakannya.

METODE

Sebanyak 83 partisipan dalam penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa angkatan 2020 yang terdaftar pada Program Studi Pendidikan Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Program studi ini memiliki tiga kelas, yaitu kelas A, B, dan C untuk pendidikan ekonomi. Untuk memperoleh 83 sampel penelitian, dalam proses pengambilan sampel digunakan metode *_complete sampling_*. Penelitian ini menggunakan observasi, dokumentasi, dan kuesioner skala likert dengan empat pilihan jawaban untuk mengumpulkan data penelitian. Uji validitas dan reliabilitas digunakan dalam proses pengujian instrumen. Analisis data menggunakan SPSS, beserta uji asumsi tradisional, uji hipotesis, dan uji analisis jalur berbasis uji sobel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Jalur

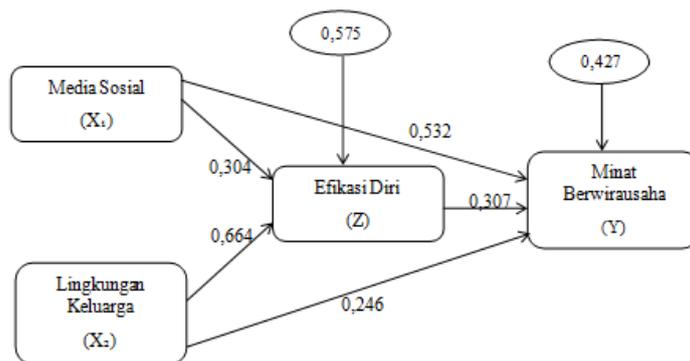
Analisis jalur terbentuk dari dua struktur, dengan tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Substruktur 1

$$Z = a + 0,304 X_1 + 0,664 X_2 + 0,575 \epsilon_1 \dots \quad (\text{Persamaan struktur 1})$$

2. Analisis Substruktur 2

$$Y = a + 0,532 X_1 + 0,246 X_2 + 0,307 Z + 0,427 \epsilon_2 \dots \quad (\text{Persamaan struktur 2})$$



Gambar 1. Analisis Jalur

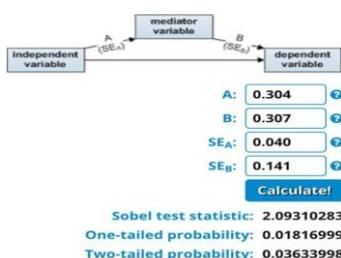
Tabel 1. Koefisien Jalur

Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
$X_1 \rightarrow Z$	0,304		
$X_2 \rightarrow Z$	0,664		
$X_1 \rightarrow Y$	0,532		
$X_2 \rightarrow Y$	0,246		
$Z \rightarrow Y$	0,307		
$X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y$		0,093	0,049
$X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y$		0,203	0,049

Dari tabel di atas terlihat bahwa pengaruh langsung media sosial terhadap minat berwirausaha memiliki nilai yang lebih tinggi (0,532) dibandingkan pengaruh tidak langsungnya (0,093). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel-variabel tersebut berkorelasi positif dan terdapat hubungan langsung antara variabel media sosial dengan minat berwirausaha. Selain itu, terlihat bahwa pengaruh langsung lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha yang memiliki nilai sebesar 0,246 lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsungnya yang memiliki nilai sebesar 0,203. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel tersebut dan variabel lingkungan keluarga memiliki hubungan positif dan variabel tersebut memiliki hubungan langsung dengan minat berwirausaha.

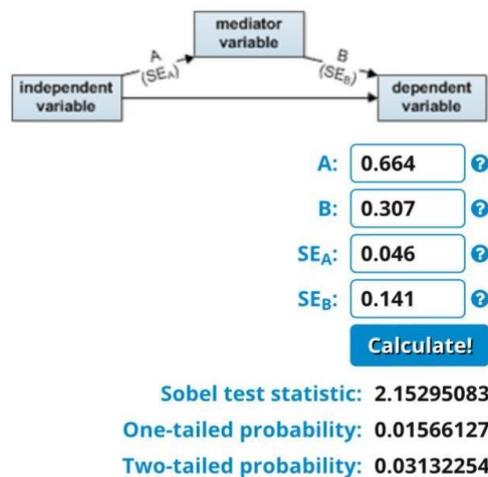
Uji Sobel

1. Dari hasil perhitungan gambar dibawah diketahui nilai sobel test statistic pada variabel efikasi diri sebesar $2,152 > 1,96$ (taraf 5% yaitu 1,96) dan nilai one-tailed probability $0,015 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 diterima yaitu ada pengaruh antara lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan atau efikasi diri mampu memediasi pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausahapada mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.



Gambar 2. Hasil Sobel Test Persamaan 1

2. Dari hasil perhitungan gambar dibawah diketahui nilai sobel test statistic pada variabel efikasi diri sebesar $2,152 > 1,96$ (taraf 5% yaitu 1,96) dan nilai one-tailed probability $0,015 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 diterima yaitu ada pengaruh antara lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan atau efikasi diri mampu memediasi pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.



Gambar 3. Hasil Sobel Test Persamaan 2

Pembahasan

Pengaruh Media Sosial Terhadap Efikasi Diri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap efikasi diri, dengan nilai t sebesar 4,442 yang melebihi nilai t tabel sebesar 1,664 pada tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t lebih besar dari nilai t tabel ($4,442 > 1,664$). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Efikasi Diri (Z) dipengaruhi oleh variabel Media Sosial (X_1).

Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efikasi diri individu. Di satu sisi, platform media sosial dapat meningkatkan efikasi diri dengan memberikan ruang bagi pengguna untuk berbagi prestasi, keterampilan, dan pencapaian mereka. Melihat kesuksesan orang lain dan mendapatkan dukungan dari komunitas online dapat memperkuat keyakinan diri seseorang. Selain itu, media sosial memberikan peluang untuk ekspresi diri dan pencarian identitas, memungkinkan individu untuk mengeksplorasi minat, bakat, dan pandangan mereka. Oleh karena itu, literasi media sosial yang baik dan pemahaman yang lebih mendalam tentang penggunaan yang sehat dan produktif dari platform tersebut sangat diperlukan dalam mengelola dampaknya terhadap efikasi diri individu.

Para pendukung teori “kognitif sosial” telah berkembang berdasarkan landasan di atas. Pengguna mendapatkan lebih banyak peluang untuk bertukar sumber daya melalui media sosial, dan lebih mudah untuk mengembangkan identitas kelompok dalam lingkup jaringan sosial, sehingga meningkatkan tingkat efikasi diri mereka. Efek penguatan jaringan ini merupakan fenomena unik di era digital. Masri Suyono & Deniyanti (2018) menyatakan bahwa efikasi diri merupakan komponen psikologis yang secara signifikan memengaruhi kemampuan siswa dalam menyelesaikan tugas atau memecahkan kesulitan. Dengan kata lain, terdapat korelasi antara efikasi diri siswa dengan seberapa sering mereka menggunakan media sosial. Hal ini menghasilkan temuan skor yang menunjukkan korelasi langsung antara efikasi diri dengan tingkat penggunaan media sosial.

Masri Suyono & Deniyanti (2018) menyatakan bahwa efikasi diri merupakan komponen psikologis yang secara signifikan memengaruhi kemampuan siswa dalam menyelesaikan tugas atau memecahkan kesulitan. Dengan kata lain, terdapat korelasi antara efikasi diri siswa dengan seberapa sering mereka menggunakan media sosial. Hal ini menghasilkan temuan skor yang menunjukkan korelasi langsung antara efikasi diri dengan tingkat penggunaan media sosial.

Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Efikasi Diri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri, dengan nilai t sebesar 9,718 yang melebihi nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t lebih besar dari nilai t tabel ($9,718 > 1,664$). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Efikasi Diri (Z) dipengaruhi oleh variabel Lingkungan Keluarga (X_2).

Efikasi diri dan lingkungan keluarga saling berkaitan karena lingkungan keluarga merupakan lingkungan tempat orang berinteraksi dan memiliki beberapa komponen, meliputi sikap sosial, psikologis, dan spiritual. Rasa efikasi diri seseorang mengacu pada persepsi mereka tentang kekuatan mereka sendiri atas tindakan mereka sendiri dan kejadian eksternal. Efikasi diri merupakan cara lain Bandura mengkarakterisasikan pikiran, perasaan, motivasi, dan perilaku orang (Manuntung, 2018).

Hasil ini sesuai dengan Teori Perilaku Terencana Ajzen (2005) yang menyatakan bahwa keyakinan individu berasal dari pendapat orang lain mengenai objek sikap yang relevan bagi dirinya (keyakinan normatif). Ketika seseorang yakin dengan kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, maka ia akan merasa lebih didukung dan termotivasi untuk berusaha lebih keras dalam mencapai tujuannya.

Hasil penelitian Kurniawan, dkk. (2017) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri sebesar 22%, sesuai dengan hasil penelitian ini. Penelitian Yunia & Sukirman (2020) yang menyatakan bahwa lingkungan rumah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri, mendukung kesimpulan ini.

Dalam penelitian ini, lingkungan keluarga berpengaruh untuk meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa. Dimana lingkungan keluarga berpengaruh besar dalam menentukan hasil belajar dalam kepercayaan diri, terutama pola asuh orangtua, perhatian orangtua, dan bimbingan orangtua harus sejalan dengan tujuan dari sebuah keluarga. Semakin tinggi efikasi diri seorang anak maka akan lebih mudah untuk mengerjakan tugas dan melakukan tindakan tertentu untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi 0,000, media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dibuktikan dengan nilai t sebesar 9,340 yang lebih besar dari nilai t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t ($9,340 > 1,664$) lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Media Sosial (X_1) berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara aktif oleh mahasiswa memungkinkan mereka untuk terus mengikuti perkembangan tren bisnis dan secara aktif mencari kenalan baru untuk membangun hubungan pemasaran produk. Dengan menerima komentar dan like pada unggahan mereka, mahasiswa yang menggunakan media sosial merasa bahwa mereka menerima keterbukaan dan umpan balik atas produk yang mereka unggah. Mereka juga dapat belajar bahwa hal-hal yang diiklankan di media sosial disambut baik. Siswa merasa lebih mudah untuk berpartisipasi dalam percakapan di media sosial karena platform ini dapat menjawab pertanyaan tentang produk yang dijual di platform ini, dengan cepat dan sopan, serta menawarkan ulasan atau penjelasan kepada berbagai kelompok.

Hasil ini konsisten dengan Teori Perilaku Terencana Ajzen (2005), yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial merupakan komponen faktor informasi yang membentuk dasar pandangan individu. Keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol merupakan elemen penentu utama, menurut TPB Ajzen (2005). Karena media sosial menyediakan paparan informasi, pengalaman, dan pengetahuan yang dapat diperoleh oleh individu, penggunaannya tercakup dalam komponen informasi. Norma subjektif atau keyakinan normatif mencakup penggunaan media sosial dalam TPB. Misalnya, teman dan keluarga sering berbagi konten tentang sektor bisnis dan pebisnis yang sukses. Untuk memicu minat siswa dalam kewirausahaan, mereka juga percaya bahwa kewirausahaan memiliki kemungkinan keberhasilan yang tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Afriani (2015) yang menemukan hubungan positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan minat berwirausaha. Lebih lanjut,

penelitian ini juga didukung oleh Sahroh (2018) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Dalam penelitian ini, media sosial telah menjadi saluran yang penting untuk berbagai informasi dan inspirasi, tetapi tidak seluruh individu merasakan dampak positif terhadap minat berwirausaha melalui eksposur pada platform tersebut. Beberapa orang mungkin tidak merasa terdorong atau terinspirasi oleh konten-konten berwirausaha yang ada di media sosial, dan bahkan sebaliknya, mereka mungkin merasa tertekan oleh perbandingan sosial atau kurangnya keterlibatan langsung dengan dunia bisnis. Faktor-faktor personal seperti latar belakang pendidikan, pengalaman hidup, dan nilai-nilai pribadi juga memainkan peran yang signifikan dalam membentuk minat berwirausaha seseorang. Dengan demikian, meskipun media sosial dapat menjadi sumber inspirasi bagi beberapa individu, tidak semua orang mengalami pengaruh yang sama terhadap minat mereka dalam menjalani kegiatan berwirausaha.

Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha

Dengan nilai t sebesar 3,266 yang lebih besar dari nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,002, hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif dan substansial terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t ($3,266 > 1,664$) lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Lingkungan Keluarga (X_3) memiliki pengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Keluarga sebagai kelompok sosial terkecil merupakan lingkungan utama yang membentuk perilaku dan perkembangan anak. Lingkungan keluarga memiliki pengaruh besar terhadap pilihan karier dan pekerjaan anak, dan orang tua dapat memberikan pengaruh besar melalui interaksi mereka dan suasana di rumah. Selain itu, perspektif orang tua mempengaruhi kecenderungan anak terhadap kewirausahaan karena jika mereka memiliki jiwa kewirausahaan dan memahami nilainya, hal itu akan menginspirasi anak mereka dan membuat mereka ingin mengikuti jejak mereka. Jika keluarga mendukung minat mereka, anak mungkin akan tertarik untuk memulai bisnis sendiri.

Hasil ini sesuai dengan Teori Perilaku Terencana Ajzen (2005) yang menyatakan bahwa keyakinan normatif membentuk dasar norma subjektif. Misalnya, jika seorang individu merasa bahwa orang-orang terpenting mengharapkannya untuk bertindak dengan cara tertentu, maka ia cenderung termotivasi untuk bertindak dengan cara itu, dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh Kurniawan, Khafid, dan Pujiati (2017) yang menunjukkan bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang baik dan signifikan terhadap dorongan berwirausaha. Selain itu, penelitian Yunia & Sukirman (2020) yang menemukan bahwa efikasi diri dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh lingkungan rumah, mendukung penelitian Susanto (2017) yang menunjukkan bahwa dinamika keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan individu terhadap kewirausahaan. Menurut penelitian ini, lingkungan keluarga adalah lingkungan yang paling mendukung dan memberi semangat, oleh karena itu, kehadiran orang tua atau saudara kandung dapat membantu menumbuhkan minat untuk memulai bisnis sendiri. Karena tanpa dukungan keluarga, seseorang tidak akan bersemangat untuk memulai bisnis karena mereka tidak akan merasa diterima atau didorong oleh keluarga, yang membuat mereka ragu untuk mengambil tindakan. Akibatnya, minat siswa dalam berwirausaha sangat dipengaruhi oleh lingkungan keluarga mereka. lingkungan keluarga memiliki pengaruh besar dalam minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha

Dengan nilai t sebesar 3,659 yang melampaui nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,000, temuan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara efikasi diri dan dorongan berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t ($3,659 > 1,664$) lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Lingkungan Keluarga (X_2) memiliki pengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Salah satu indikatornya yaitu keinginan untuk memulai usaha sendiri yang termasuk dalam kategori kuat adalah mengukur minat berwirausaha. Salah satu pengaruh kapasitas efikasi diri atau self-efficacy yang dimiliki oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIMED angkatan 2020 ditunjukkan oleh indikator yang menunjukkan bahwa mahasiswa tersebut berkeinginan untuk menjadi seorang wirausahawan.

Temuan ini sejalan dengan Teori Perilaku Terencana Ajzen (2005), yang menyatakan bahwa latar belakang seseorang—yang dapat terdiri dari faktor internal dan eksternal—mempengaruhi tingkat efikasi dirinya. Menurut TPB milik Ajzen (2005), keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol merupakan unsur penentu utama. Keyakinan kontrol dan efikasi diri dalam TPB saling terkait. Pembelajaran yang diatur sendiri diyakini dipengaruhi oleh efikasi diri. Ketika dihadapkan pada suatu tantangan, mereka yang percaya pada bakatnya sendiri dan memiliki tingkat efikasi diri yang tinggi akan lebih tenang dan logis.

Temuan penelitian ini mendukung temuan sejumlah penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa efikasi diri meningkatkan hasrat berwirausaha, termasuk Jailani et al. (2017), Pamungkas & Indah (2017), Marini & Hamidah (2014), dan Latifah (2017). Kirana et al. (2018) menemukan bahwa pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNS angkatan 2014-2016, efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Efikasi diri dalam penelitian ini memengaruhi keinginan mahasiswa dalam memulai usaha sendiri. Semakin seseorang kurang percaya diri atau kurang ahli dalam kemampuannya untuk menginspirasi orang lain, mengatasi tantangan, dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan, maka semakin besar minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Efikasi Diri

Hipotesis keenam didukung berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Media Sosial (X_1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) melalui Efikasi Diri (Z) yang diperoleh sebesar $2,093 > 1,96$ (taraf 5%, yakni 1,96) dan nilai probabilitas satu sisi sebesar $0,018 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki dampak jangka panjang yang lebih signifikan terhadap kepercayaan bisnis daripada dampak jangka pendek dikarenakan adanya pengaruh variabel efikasi diri sebagai variabel intervening (mediasi) yang menyebabkan pengaruh langsung lebih besar, sehingga menghasilkan pengaruh total sebesar 0,049 (0,49%). Pengaruh langsung media sosial terhadap minat berwirausaha hanya sebesar 0,532 (53,2%), sedangkan pengaruh tidak langsungnya sebesar 0,093 (0,93%).

Dalam penelitian ini, media sosial memberikan platform yang luas bagi individu untuk berbagi cerita sukses, inspirasi, dan tips dalam berwirausaha. Melalui eksposur terhadap kisah-kisah tersebut, pengguna media sosial dapat memperoleh informasi yang memotivasi dan meningkatkan keyakinan diri mereka terkait kemampuan berwirausaha. Konten-konten tersebut tidak hanya menyoroti prestasi, tetapi juga menggambarkan perjalanan dan tantangan yang dihadapi oleh para pengusaha, menjadikan mereka sosok yang lebih terjangkau dan dapat diidentifikasi oleh banyak orang. Sebagai hasilnya, individu yang awalnya mungkin merasa ragu atau tidak yakin akan kemampuannya untuk berwirausaha dapat merasa lebih termotivasi dan memiliki keyakinan diri yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sahroh (2018) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa, dengan estimasi $t > t$ tabel sebesar $5,720 > 1,960$. Selain itu, penelitian Zafar, Shafiq, Kousar, Yousaf, dan Nasir (2017) menemukan bahwa, dengan signifikansi kurang dari 1%, masyarakat lebih menyukai perusahaan Lahore yang menggunakan media sosial daripada yang tidak menggunakan internet untuk promosi. Hasil uji Adjusted R^2 sebesar 0,65 F (F Statistik 455,259) dan nilai P sebesar 0,000 keduanya menunjukkan pengaruh faktor media sosial yang menguntungkan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Calvin, Isaac, Ibrahim, dan Aku (2018) mengungkapkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam pertumbuhan kewirausahaan pengguna di Negara Bagian Zamfara, Nigeria. Situs media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Whatsapp merupakan bagian penting yang memotivasi orang-orang di Negara Bagian Zamfara untuk menjadi inovatif dan kreatif.

Oleh karena itu, departemen dan dosen harus menggunakan media sosial untuk menawarkan pelatihan yang relevan dengan kewirausahaan atau untuk memberikan gambaran umum tentang dunia kewirausahaan yang akan dihadapi mahasiswa saat menjadi wirausahawan untuk memicu minat mahasiswa di bidang tersebut. Karena penggunaan media sosial hanya dapat memengaruhi minat kewirausahaan jika dimediasi oleh motivasi kewirausahaan, maka perlu untuk mendukung dan meningkatkan efikasi diri kewirausahaan mahasiswa. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan minat terhadap kewirausahaan berkorelasi positif.

Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Efikasi Diri

Hipotesis ketujuh diterima berdasarkan hasil penelitian tentang hubungan antara Lingkungan Keluarga (X_2) dengan Minat Berwirausaha (Y) melalui Efikasi Diri (Z) diperoleh nilai $2,152 > 1,96$ (taraf 5% yaitu 1,96) dan nilai probabilitas satu sisi sebesar $0,015 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga mempunyai pengaruh langsung yang lebih besar terhadap minat berwirausaha dibandingkan dengan pengaruh tidak langsungnya, karena variabel efikasi diri berperan sebagai variabel intervening (mediasi) dan menimbulkan pengaruh langsung yang lebih besar, sehingga menghasilkan pengaruh total sebesar 0,049 (0,49%). Pengaruh langsung lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha hanya sebesar 0,246 (24,6%), sedangkan pengaruh tidak langsungnya sebesar 0,203 (20,3%). Variabel self-efficacy terbukti signifikan pada tingkat $0,000 < \alpha = 0,05$, terbukti menjadi faktor moderasi sehubungan dengan dampak lingkungan rumah terhadap minat berwirausaha siswa.

Temuan ini dikuatkan menggunakan analisis regresi termoderasi (MRA). Penelitian ini hanya mempertimbangkan signifikansi; tidak memeriksa arah positif atau negatif dari asosiasi tersebut. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H_5 , yang menyatakan bahwa pengaruh lingkungan rumah terhadap minat berwirausaha sangat dimoderasi oleh self-efficacy, diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel self-efficacy benar-benar menunjukkan fungsi moderasinya. Menurut Wahyudin (2015), variabel mediasi berfungsi sebagai faktor dalam memutuskan seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen. Dampak variabel independen terhadap variabel dependen dapat ditingkatkan atau dikurangi dengan adanya variabel mediasi. Minat, persepsi, dan perilaku berwirausaha seseorang dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat efikasi dirinya dalam beberapa hal. Seseorang akan lebih berminat dalam menyelesaikan suatu kegiatan jika ia yakin dengan kemampuannya sendiri.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yunia & Sukirman (2020) dan Kurniawan, dkk. (2017) yang menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara efikasi diri mahasiswa dengan lingkungan keluarga, artinya semakin mendukung lingkungan keluarga maka semakin tinggi pula efikasi diri mahasiswa. Dalam penelitian ini, efikasi diri berperan sebagai faktor mediasi antara lingkungan rumah dengan keinginan berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. Oleh karena itu, lingkungan keluarga perlu memberikan gambaran kepada mahasiswa tentang dunia kewirausahaan yang akan mereka hadapi ketika menjadi wirausahawan atau memberikan pelatihan kewirausahaan dengan memanfaatkan media sosial agar dapat menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Mengingat penggunaan media sosial hanya dapat memengaruhi motivasi berwirausaha jika dimediasi oleh efikasi diri, maka perlu dilakukan upaya untuk mendukung dan meningkatkan efikasi diri berwirausaha mahasiswa.

Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan minat berwirausaha berkorelasi positif. Di sisi lain, sering kali dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi motivasi dan pencapaian. Namun, dalam konteks moderasi, efikasi diri bisa dianggap tidak efektif karena beberapa alasan, yaitu: (1) Efikasi diri cenderung bersifat individual, sedangkan moderasi sering kali melibatkan interaksi sosial dan dinamika kelompok. Keyakinan diri seseorang mungkin tidak cukup untuk memengaruhi hasil dalam situasi yang melibatkan banyak orang. (2) Terkadang, faktor eksternal seperti lingkungan, dukungan sosial, atau keadaan situasi lebih berpengaruh daripada keyakinan individu. Hal ini bisa mengurangi dampak efikasi diri sebagai moderator. (3) Masalah yang kompleks sering kali memerlukan lebih dari sekedar kepercayaan diri, strategi, keterampilan, dan pengetahuan juga penting. Efikasi diri saja mungkin tidak cukup untuk mengatasi tantangan tersebut; dan (4) Efikasi diri yang tinggi tidak selalu diimbangi dengan realitas kemampuan. Jika individu terlalu percaya diri tanpa dasar yang kuat, ini bisa berakibat negatif pada hasil yang akan dicapainya.

Jadi, meskipun efikasi diri penting, sebagai moderator, variabel tersebut mungkin tidak selalu dapat memadai untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel lain dalam situasi yang lebih kompleks.

SIMPULAN

1. Media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($4,442 > 1,664$). Hal ini mengarah

- pada kesimpulan bahwa kepercayaan diri mahasiswa meningkat seiring dengan penggunaan media sosial, dan begitu pula sebaliknya.
2. Mahasiswa Ekonomi angkatan 2020 di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, menunjukkan hubungan positif antara efikasi diri dan lingkungan keluarga, dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($9,718 > 1,664$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan efikasi diri mahasiswa dalam melakukan investasi baik yang positif maupun yang negatif dalam keluarga.
 3. Menurut mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan angkatan 2020, media sosial memiliki pengaruh positif terhadap keinginan berwirausaha, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($9,340 > 1,664$). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang lebih sering menggunakan media sosial lebih berminat untuk berwirausaha, dan sebaliknya.
 4. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan angkatan 2020 menunjukkan hubungan positif antara lingkungan tempat tinggal dan minat berwirausaha, dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,266 > 1,664$). Dengan demikian, mahasiswa yang tinggal di rumah tangga bahagia cenderung lebih berminat untuk berwirausaha, dan sebaliknya di rumah tangga tidak bahagia.
 5. Efikasi diri dan minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan angkatan 2020 berkorelasi positif, dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,659 > 1,664$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin baik lingkungan keluarga di rumah, maka mahasiswa akan semakin bersemangat berwirausaha, begitu pula sebaliknya.
 6. Pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, efikasi diri dapat menjadi mediator antara dampak media sosial dengan keinginan berwirausaha. Hal ini berarti bahwa mahasiswa akan semakin berminat berwirausaha jika semakin banyak menggunakan media sosial. Efikasi diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dan pengaruhnya terhadap minat berwirausaha.
 7. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, 2020, Universitas Negeri Medan, Fakultas Ekonomi, menunjukkan bagaimana efikasi diri berfungsi sebagai variabel intervening untuk memediasi dampak media sosial terhadap motivasi berwirausaha, atau bagaimana lingkungan rumah memengaruhi minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa jika lingkungan rumah lebih mendukung, keinginan mahasiswa untuk memulai usaha sendiri akan tumbuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dudung & Fiska Rahmah Septiany. (2019). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Majalengka). *Co-Management*. 1(3). 316-331
- Agusmiati, D., & Wahyudin, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating. *Economic Education Analysis Journal*. 7(3). 881
- Ajzen, Icek. (2005). *Attitude, Personality and Behaviour*, (2nd), Berkshire. UK: Open University Press-McGraw Hill Education.
- Ajzen, I. (1991). *Attitudes, Personality, and Behaviour* (Second Edition). Library of Congress Cataloging-in-Publication Data: New York.
- Ambarriyah, S. B., & Fachrurrozie. (2019). Efek Efikasi Diri Pada Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan, dan Kecerdasan terhadap intensi Berwirausaha Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*. 8(3). 1045-1060
- Anggraeni, Harnanik. (2015). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Islam Nusantara Comal Kabupaten Pemalang. *JPE DP*. 10(1)
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Negeri Diponegoro
- Hisrich, M.Peter., & A.Shepherd. (2015). *Enterpreneurship*. McGraw-Hill Education. New York
- Jailani, M., Rusdarti, & Sudarma, K. (2017). Pengaruh Kewirausahaan, Motivasi Belajar, Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 52-59

- Kirana, D. G. C., Harini, H., & Nugroho, J. A. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Tahun Angkatan 2014-2016). *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4.
- Kurniawan, A., & dkk. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi dan Kepribadian Terhadap Minat Wirausaha Melalui Self Efficacy. *Journal of Economic Education*. 5(1), 100-109
- Latifah, N. (2017). Pengaruh Self Efficacy, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Unnes. Disertasi Universitas Negeri Semarang.
- Lukmayanti, A. (2012). Hubungan Efikasi Diri dengan Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII Program Keahlian Jasa Boga di SMK Negeri 6 Yogyakarta. (Laporan Penelitian). Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta
- Maharani, A., & Khalikussabir. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berprestasi dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Minat Berwirausaha dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*
- 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(2), 195-207.
- Pamungkas, A. P., & Indah, M. (2017). Pengaruh Self Efficacy, Pendidikan Kewirausahaan Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi the Influence of Self Efficacy, Enterpreneurship Education, and Earning Expectation Towards the Studentsinterest of. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 1, 1-13.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan Ke- 26. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, S. Christian. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan, dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(3). 277-286
- Trihatmoko, A., & Harsono, M. (2017). *Kewirausahaan Membentuk dan Mengembangkan Unit Bisnis Handal dan Mapan (1 st ed)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Yunia, P, L., & Sukirman. (2020). Pengaruh Self Efficacy sebagai Mediasi dari Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*. 9(2). 615- 633.