

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMASARKAN PRODUK HASIL WIRAUSAHA

Ahmad Zamhari^{*1}, Reka Nurfadilah², Rizkia Anisah Nurjannah³, Reva Nurania⁴

^{1,2,3,4} Prodi PGSD, FKIP Universitas PGRI Palembang, Indonesia

*Korespondensi: zamhariahmad1969@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received:

28 Desember 2022

Revised

28 Desember 2022

Accepted:

30 Desember 2022

Online Available:

31 Desember 2022

Kata kunci:

Media Sosial, Produk,
Wirausaha

Keywords:

Media Social, Product,
Entrepreneur

Licensed Under

a Creative Commons
Attribution 4.0

International License



Abstrak

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam perkembangan bisnis semakin pesat. Tentu saja, hal tersebut berdampak pada meningkatnya persaingan bisnis. Dalam pendidikan, pembelajaran kewirausahaan dimasukkan dalam kurikulum. Khusus di FKIP PGRI PALEMBANG, mata kuliah Kewirausahaan sudah diterapkan di setiap program studi. Namun demikian, luaran yang diperoleh belum mengarah pada peningkatan kemampuan dalam berwirausaha. Tujuan penelitian ini adalah memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mendukung proses pembelajaran pada mata kuliah kewirausahaan. Sampel yang digunakan terdiri dari 50 mahasiswa yang menempuh mata kuliah Kewirausahaan di FKIP PGRI PALEMBANG. Pengumpulan data menggunakan angket dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan ada 8 karakter yang berpengaruh terhadap kemampuan technopreneur yang dikaji. Karakter wirausaha tersebut meliputi optimalisasi teknologi dan informasi, implementasi keilmuan, percaya diri, berorientasi hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinalitas produk, dan berorientasi masa depan. Rata-rata penilaian terhadap kompetensi karakter memiliki nilai sebesar 80 (dalam kategori baik). Pada penelitian ini proses pembelajaran memanfaatkan e-learning dalam bentuk Moodle. E-learning ini merupakan program cms yang merubah konsep pembelajaran offline kedalam bentuk web. Dosen dapat memberikan materi pembelajaran dalam format apapun, diskusi, chatting, dan tes secara online. Siswa lebih mudah mempelajari materi, menyelesaikan permasalahan, konsultasi, dan berkomunikasi dengan dosen kapan saja dan dimana saja. Proyek mahasiswa juga dapat dengan mudah dikontrol oleh dosen melalui aplikasi yang disediakan.

Abstract

Advances in information and communication technology in business development are increasing rapidly. Of course, this has an impact on increasing business competition. In education, entrepreneurship learning is included in the curriculum. Specifically at FKIP PGRI PALEMBANG, the Entrepreneurship course has been implemented in every study program. However, the outputs obtained have not led to increased ability in entrepreneurship. The purpose of this research is to utilize technological developments to support the learning process in entrepreneurship courses. The sample used consisted of 50 students taking Entrepreneurship courses at FKIP PGRI PALEMBANG. Data collection using questionnaires and interviews. The results of the study show that there are 8 characters that influence the abilities of the technopreneurs studied. These entrepreneurial characteristics include technology and information optimization, scientific implementation, self-confidence, result-oriented, risk-taking, leadership, product originality, and future-oriented. The average assessment of character competence has a value of 80 (in the good category). In this research, the learning process utilizes e-learning in the form of Moodle. This e-learning is a cms program that changes the concept of offline learning into web form. Lecturers can provide learning materials in any format, discussions, chats, and tests online. Students find it easier to learn material, solve problems, consult, and communicate with lecturers anytime and anywhere. Student projects can also be easily controlled by lecturers through the applications provided

PENDAHULUAN

Salah satu masalah utama yang dihadapi negara berkembang seperti Indonesia adalah masalah ketenagakerjaan. Populasi terus bertambah setiap tahun tetapi tidak diikuti oleh peningkatan pekerjaan, yang merupakan penyebab pengangguran yang meluas. Jumlah pengangguran di Indonesia terus meningkat. Terlepas dari tingkat pendidikan terakhir, setiap pencari kerja harus bersaing untuk pekerjaan dalam kesempatan kerja yang terbatas. Menurut Biro Pusat Statistik, populasi pekerja adalah 131,03 juta orang, meningkat 1,67 juta orang dari Februari 2020. Sementara jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 6,88 juta orang dengan peningkatan 60 ribu orang pada Februari 2020.

Dilihat dari jenjang pendidikan, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih menempati posisi tertinggi di antara jenjang pendidikan lainnya, yaitu sebesar 8,49 persen. Sekolah Menengah Atas (SMA) TPT menempati peringkat kedua dengan persentase 6,77 persen, TPT Diploma I,II, dan III berada di peringkat ketiga dengan persentase 6,76 persen. TPT Universitas menempati posisi keempat dengan persentase 5,73 persen. Berdasarkan data tersebut, tingkat pengangguran terdidik tergolong sangat tinggi. Permasalahan pengangguran terdidik ini disebabkan banyaknya sarjana atau lulusan sekolah yang tidak sesuai dengan jumlah lapangan kerja yang ada dan belum berani menyediakan atau menciptakan lapangan kerja. Melalui minat dalam berwirausaha dapat membantu mahasiswa untuk berani melakukan sesuatu yang mereka sukai seperti menciptakan lapangan kerja sesuai dengan latar belakang pendidikan mereka. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam berwirausaha, yaitu penggunaan media sosial.

Menurut Hootsuite pada Januari 2020, diperkirakan pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta orang dan pengguna media sosial mencapai 160 juta pengguna dengan penetrasi 59% yang tersebar di seluruh wilayah. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebesar 12 juta (8,1 persen) antara April 2019 dan Januari 2020. Perkembangan internet telah mempengaruhi berbagai sektor, salah satunya pembangunan ekonomi. Di masa lalu, berbagai transaksi perdagangan yang sebelumnya hanya dilakukan secara tatap muka dan beberapa cara lain seperti mengirim postingan atau telepon, kini dapat dilakukan melalui internet dengan akses yang paling mudah dan efisien. Transaksi melalui internet dikenal sebagai e-commerce. Penjual memasarkan produknya melalui jejaring media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok bahkan hingga percakapan grup seperti Whatsapp. Selain itu, mahasiswa Fakultas Ekonomi juga telah menggunakan media sosial dalam Program Pengembangan Manajemen dan Bisnis (PPMB) yang diikutinya untuk memasarkan produk yang dijual agar lebih efisien dan informasi produk tersebut dapat tersebar secara meluas dan cepat. Menurut data yang diambil dari situs daring Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta peserta yang mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha FE UNJ tidak mencapai target yang seharusnya.

Dari 200 orang yang ditargetkan hanya 110 orang yang mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha tersebut. Berdasarkan data tersebut menunjukkan kurangnya

minat mahasiswa Fakultas Ekonomi 134 Universitas Negeri Jakarta untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Selain penggunaan media sosial, faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah faktor lingkungan keluarga. Bila diperhatikan banyak dari kalangan wirausaha memiliki latar belakang keluarga yang sudah terlebih dahulu terjun dalam dunia kewirausahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor lingkungan keluarga sangat berperan dalam mendorong minat berwirausaha. Beberapa hasil studi sebelumnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha menunjukkan perbedaan hasil atau research gap.

Hasil penelitian (Koming Sumerta et al., 2020) penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian (Kumara, 2020) menyatakan media sosial secara signifikan berpengaruh positif terhadap berwirausaha. Hasil penelitian (Suratno et al., 2020) mengungkapkan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Kurniawan & Harti, 2013) menyatakan penggunaan media sosial memiliki pengaruh dengan tingkat yang sangat rendah terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian (Hariyani & Wibowo, 2020) juga menyatakan variabel pemanfaatan media sosial secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian (Indriyani, 2018) menunjukkan lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan yang tinggi terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian (Syarifuddin et al., 2017) menunjukkan lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha, semakin tinggi intensitas pergaulan di lingkungannya, maka semakin tinggi peluang bagi mahasiswa untuk mendapatkan informasi, motivasi dan dorongan untuk berwirausaha. Hasil penelitian (Wiani, 2018) menyatakan pengaruh lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan (Nurhadifah, 2018) menunjukkan terdapat pengaruh positif lingkungan keluarga tetapi dengan tingkat yang sangat rendah terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian (Rahmadi & Heryanto, 2016) mengungkapkan hasil yang berbeda bahwa lingkungan sosial dan keluarga tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, berdasarkan latar belakang dan research gap yang ada penulis ingin melakukan kajian mengenai pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan adalah serapan dari dua frasa, 'wira' yang artinya laki-laki atau mandiri dan 'usaha' yang berarti sebuah kegiatan yang membutuhkan tenaga dan pikiran untuk mencapai suatu maksud. Gampangnya, definisi kewirausahaan adalah adalah proses mendirikan dan menjalankan bisnis atau suatu usaha. Proses tersebut kemudian menggabungkan inovasi, kesempatan, dan cara yang lebih baik agar memiliki nilai tambah yang lebih dalam kehidupan. Pelaku kewirausahaan pada umumnya dipandang sebagai inovator. Mereka akan mempersiapkan seluruh kebutuhan usaha secara mandiri dan siap terhadap risiko yang menghadang.

Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

METODELOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif, yang mana pada metode penelitian ini menggunakan pengamatan, penelaan dokumen, jurnal, website-website serta buku yang sesuai dengan judul penelitian ini. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di LPP RRI Palembang di Jalan Radio no. 2 KM 4 Kelurahan D IV 2o Ilir Kecamatan Iir Timur 1 Palembang.

Menurut Moleong (2011:6) penelitian kuantitatif ialah penelitian yang bertujuan untuk mempelajari tanda yang dijalani oleh subjek penelitian, seperti perbuatan, tanggapan, kelakuan dan sejenisnya, dengan cara holistik dan melwati deskripsi dalam perkataan dan bahasa, dalam konteks alam tertentu dan menggunakan metode pemahaman alam yang berbeda. Sedangkan pendekatan kualitatif menurut Sugiyono (2011:9) menyampaikan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode yang didasarkan pada filosofi postpositivisme, sementara itu untuk penelitian pada objek alam dimana peneliti sebagai alat kunci, teknik yang digunakan adalah pengumpulan data (gabungan) triangulasi.

Analisis data ini bersifat induktif atau kuantitatif, dan temuan penelitian lebih mengutamakan signifikansi daripada generalisasi. Berdasarkan kedua definisi yang bisa kita lihat diatas bahwa pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang dilakukan secara keseluruhan terhadap subjek penelitian dimana suatu peristiwa terjadi dimana peneliti menjadi sarana penelitian yang utama, demikian pula hasil penelitiannya. pendekatan dijelaskan dalam kalimat tertulis yang menekankan makna daripada generalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Analisis Data Pengujian Instrumen penelitian Uji instrument dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner, sementara realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Berikut adalah hasil uji instrument dalam penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Uji Instrumen

No	Variabel	Cronbach'sAlpha	Kriteria
	Pendidikan kewirausahaan (X1)	.730	Reliabel
2.	Penggunaan media sosial (X2)	.907	Reliabel
3.	Minat Berwirausaha (Y)	.787	Reliabel

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas, ditemukan bahwa item X2.16 menunjukkan nilai korelasi item total $0.002 < 0.30$ (tidak valid) sehingga dikeluarkan dari instrument. Selain itu semua item dari 3 variabel dinyatakan valid. Sementara itu, berdasarkan tabel di atas nilai cronbach's alpha baik itu pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan minat berwirausaha menunjukkan nilai > 0.60 yang menunjukkan bahwa semua instrument reliabel sehingga dapat digunakan sebagai instrument penelitian. Hasil Pengujian Asumsi Klasik Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolineritas.

Menurut Ghazali (2016) uji normalitas digunakan untuk menguji suatu model regresi, apakah variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Hasil uji statistik akan mengalami penurunan, jika variabel yang digunakan tidak berdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas sendiri digunakan untuk melihat apakah model regresi yang digunakan terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dikatakan heteroskedastisitas apabila ditemukan varian berbeda. Model penelitian yang baik sebaiknya tidak terdapat heteroskedastisitas. Sementara uji multi kolineritas digunakan untuk melihat adakah korelasi antara variabel independen dalam model yang digunakan.

Adapun hasil pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini adalah pada tabel 2 berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Normalitas	Heteroskedastisitas	Multikolineritas	
			Tolerance	VIF
Pendidikan kewirausahaan	.200	.485	.942	1.061
Penggunaan media sosial	.063	.538	.942	1.061
Minat berwirausaha	.068			

Sumber : data diolah, 2020

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel terdistribusi normal karena nilai sig. > nilai alpha 0.05, dimana variabel pendidikan sig. $0.200 > 0.05$; variabel penggunaan media sosial sig. $0.063 > 0.05$; dan variabel minat berwirausaha sig. $0.068 > 0.05$. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, juga menunjukkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, yang berarti antara variabel bebas tidak terdapat pengaruh terhadap absolut residual. Hal ini terlihat dari nilai sig. > 0.05. Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dan tolerance, dapat diketahui bahwa tidak terjadi masalah multikolineritas pada model regresi dengan nilai VIF < 10 .

Pengujian regresi linear berganda dipergunakan untuk menguji hipotesis guna mengetahui apakah Pendidikan Kewirausahaan (X1), dan Penggunaan Sosial Media (X2) berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Tabel menunjukkan hasil uji regresi linier berganda dan uji hipotesis :

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	F Test
Pendidikan kewirausahaan	.382	83.245
Penggunaan media sosial	.090	83.245

Sumber : data diolah, 2020

Persamaan regresi dapat dibentuk sebagai berikut: $Y = 1.613 + 0.382 X_1 + 0.090 X_2$

Nilai konstanta 1.613 menunjukkan bahwa jika tidak ada pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial, minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja tetap ada. Nilai koefisien 0.382 pada variable pendidikan kewirausahaan menunjukkan bahwa semakin sering pendidikan kewirausahaan diberikan, maka akan meningkat pula minat berwirausaha sebesar 0.382. Hal ini mengindikasikan bahwa pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha memiliki pengaruh yang positif, berarti semakin tinggi pendidikan kewirausahaan mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja maka akan semakin tinggi pula minat berwirausahanya.

Nilai koefisien regresi 0.090 penggunaan media social menunjukkan bahwa kenaikan penggunaan media social akan menaikkan minat berwirausaha sebesar 0.090. Hal ini juga mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial dan minat berwirausaha memiliki pengaruh yang positif positif, yang artinya bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial membuat semakin tinggi minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja. Hasil uji statistik f, diperoleh hasil yaitu $f_{hitung} 83.245 > f_{table} 3.04$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja.

Selanjutnya hasil uji t menunjukkan hasil $t_{hitung} 6.509 > t_{table} 1.970$ pada pendidikan kewirausahaan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang berarti pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Penggunaan media social memiliki nilai $t 9.247$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R^2 0.416 yang menunjukkan nilai persentase sebesar 41,6% pengaruh variabel pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pendidikan kewirausahaan dengan minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja. Hal ini mendukung penelitian dari Supeni dan Efendi

(2017) yang juga menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan merupakan faktor terpenting dalam menumbuhkan dan mengembangkan keinginan, jiwa dan perilaku berwirausaha dikalangan generasi muda karena pendidikan merupakan sumber sikap dan niat keseluruhan untuk menjadi wirausahawan, Fatoki (2014). Jadi apabila mahasiswa memperoleh pendidikan tentang kewirausahaan, ia akan semakin tertarik untuk menjadi wirausahawan. Oleh karena itu mahasiswa harus semakin dimotivasi untuk berwirausaha melalui pendidikan kewirausahaan, yang bukan hanya teori saja tetapi melalui praktek-praktek kewirausahaan untuk melatih mahasiswa berkreaitifitas.

Ditemukan juga bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja. Temuan ini mendukung hasil penelitian Afriani (2015) yang juga menemukan bahwa antara penggunaan media sosial dan minat berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan. Mahasiswa harus bisa memperluas jaringan komunikasi dengan yang lain untuk menjadi wirausaha yang sukses dengan cara menggunakan internet (HerwamanKartajaya, 2008). Dengan demikian bahwa mahasiswa yang bisa menggunakan media sosial dengan maksimal akan diikuti dengan munculnya ketertarikan atau minat untuk berwirausaha yang besar dan sebaliknya mahasiswa yang tidak dapat menggunakan media sosial dengan baik dapat diikuti dengan tidak munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja baik secara simultan maupun parsial. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen sebesar 0.416 atau 41.6% dan sisanya yaitu 58.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya variabel motivasi dan keterampilan. Perlu adanya arahan dan motivasi untuk menjaga minat berwirausaha mahasiswa oleh tenaga pendidik agar mahasiswa bisa menciptakan pekerjaan, minimal bagi diri mereka sendiri. Dalam penggunaan media sosial, perlu diadakan pelatihan agar mahasiswa lebih terarah dan mempunyai skill dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruk, M. H. (2016). PENGARUH PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA, MOTIVASI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA EKONOMI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO.
- Gustina, Maria. (2022) PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA

- PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. Diss. Universitas Negeri Jakarta, 2022.
- Hanifati, K. (2017). PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KOMPETENSI SOSIAL DAN LINGKUNGAN BISNIS TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA. Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Semarang.
- Indoworo, H. E. (2016). MENUMBUHKAN JIWA WIRAUSAHA MELALUI PERAN SOSIAL MEDIA. Jurnal Informatika UPGRIS. Volume 2 Nomor 1. FPIPSKR Universitas PGRI Semarang.
- Maman Suryaman. (2013) MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PENDIDIKAN TEKNIK ELEKTRO FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG. Skripsi. Tidak diterbitkan. UNNES. Diambil dari <http://www.pustakaskripsi.com/download.php?file=1856>.
- Prasatio, Tio. (2020) "ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, MOTIVASI INTRINSIK, DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA." Jurnal Serasi 18.1: 35-46.
- Saryanto. (2008) HUBUNGAN ANTARA MOTIVASI KERJA DAN MINAT BERWIRAUSAHA TERHADAP KESIAPAN KERJA SMK N 1 CANGKRINGAN. Skripsi. Tidak diterbitkan. UNY.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018) PENGARUH MINAT BERWIRAUSAHA DAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA. Jurnal Pengembangan Wiraswasta, 20(3), 203-216.
- Tangkeallo, Dian Intan, and Randi Tangdialla. (2021) "ANALISIS PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UKI TORAJA." JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan 4.1 : 74-79.
- Zainuddin. S & Sandi Pasakpangan, (2015) "PENGARUH SISTEM BAGI HASIL DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHAAN MAHASISWA IAIN PALOPO", Jurnal Muamalah, Vol. 5, No. 1.