

Pengaruh Media Sosial, Lingkungan, Dan Teknologi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dikalangan Mahasiswa FEB Unisma

Sawidatul Mutiara*)

Khalikussabir)**

Nanik Wahyuningtiyas*)**

Email : mutiaraayya02@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to analyze the influence of social media, environment, and digital technology on entrepreneurial interest among students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Islam Malang (FEB UNISMA), particularly Management students of the 2021 cohort. The development of the digital era has brought significant changes to the business world, where social media and digital technology have become key factors in supporting entrepreneurship. Additionally, the environment, including both family and university settings, plays an essential role in shaping students' entrepreneurial interest. This research adopts a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 82 respondents selected using purposive sampling. The data analysis technique employed multiple linear regression to determine the influence of each independent variable on entrepreneurial interest. The results indicate that social media significantly influences students' entrepreneurial interest by facilitating promotion, market access, and business networking. The environmental factor also has a positive impact, where family support and a conducive academic environment encourage students to start businesses. Furthermore, digital technology contributes to increasing entrepreneurial interest by providing access to business information, flexible capital opportunities, and operational efficiency.

Keywords: Social Media, Environment, Digital Technology, Entrepreneurial Interest, Students

Pendahuluan

Era digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk di bidang ekonomi dan bisnis. Inovasi teknologi seperti internet, big data, komputasi awan, dan kecerdasan buatan memungkinkan transformasi cara kerja sektor ekonomi secara fundamental (Ardiansyah, 2023). Salah satu dampak nyata dari perkembangan teknologi ini adalah penggunaan media sosial yang semakin luas dalam kehidupan sehari-hari, khususnya sebagai alat dalam membangun jaringan bisnis dan memasarkan produk (Triyono, 2019; Nasrullah, 2015).

Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga membuka peluang kewirausahaan yang besar, terutama bagi generasi muda. Data menunjukkan bahwa di Indonesia sebanyak 90,9% pengguna internet berusia 16–64 tahun aktif menggunakan media sosial, dengan WhatsApp, Instagram, dan Facebook sebagai *platform* paling populer (inilah.com, 2024). Hal ini menunjukkan potensi besar dalam pemanfaatan media sosial untuk kegiatan wirausaha.

Namun demikian, meskipun peluang sangat terbuka, tidak semua mahasiswa mampu memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Banyak dari mereka yang merasa kurang percaya diri atau tidak memiliki lingkungan pendukung untuk memulai usaha. Faktor lingkungan seperti dukungan keluarga dan suasana kampus yang kondusif juga memengaruhi minat berwirausaha (Burak & Selcuk, 2019).

Berdasarkan wawancara awal dengan mahasiswa FEB UNISMA, khususnya Program Studi Manajemen angkatan 2021, ditemukan bahwa sebagian mahasiswa memiliki ketertarikan untuk berwirausaha, namun merasa terhambat oleh kurangnya dukungan lingkungan dan ketidakpastian dalam memanfaatkan media sosial secara efektif. Padahal, teknologi digital saat ini memberikan peluang besar untuk memulai usaha dengan modal yang relatif kecil dan jangkauan pasar yang luas (Ayu & Lahmi, 2020)

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Minat berwirausaha merupakan dorongan dalam diri individu untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha sendiri dengan kesiapan menanggung risiko yang ada. Subandono (2007) menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah kecenderungan hati untuk tertarik menciptakan usaha, mengorganisasi, serta menanggung risikonya.

Media Sosial adalah perkembangan teknologi yang pesat, khususnya internet dan media sosial, telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Media sosial, yang dibangun di atas teknologi Web 2.0, memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan konten (Kaplan & Haenlein, 2010). Saat ini, media sosial dimanfaatkan sebagai sarana efektif dalam menjalankan dan mempromosikan bisnis secara online, seiring dengan perubahan pola bisnis dari *offline* ke *online* (Sulaeman, 2020).

Lingkungan merupakan faktor eksternal yang memengaruhi pembentukan dan perkembangan perilaku individu. Salah satu lingkungan sosial yang paling penting adalah keluarga, yang menjadi tempat pertama dan utama bagi anak dalam menerima pendidikan, nilai, dan bimbingan (Hasbullah, 2012). Lingkungan keluarga memengaruhi aspirasi, perilaku, serta keputusan anak, karena keluarga merupakan lingkungan terdekat dan paling awal dalam kehidupan seseorang (Alma, 2013).

Teknologi digital merupakan bentuk teknologi yang mengubah sinyal elektronik menjadi data diskret berupa angka 1 dan 0, berbeda dengan teknologi analog. Teknologi ini memiliki keunggulan karena dapat disalin, disimpan, didistribusikan, dan dikomunikasikan secara otomatis tanpa batas ruang dan waktu. Menurut Ripa dan Secundo (2018), teknologi digital terdiri dari tiga komponen utama: *Digital Artifact* (konten digital seperti audio, video, dan animasi), *Digital Platform* (media seperti media sosial dan *cloud computing*), dan *Digital Infrastructure* (sistem dan alat untuk komunikasi dan kolaborasi).

Hubungan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Media sosial sarana media online yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten secara digital. Perkembangan media sosial membuka peluang besar dalam bidang kewirausahaan, karena memungkinkan siapa pun mempromosikan produk atau jasa secara luas dan efisien tanpa harus memiliki toko fisik (Iswadi, 2023). *Platform* seperti Instagram, Facebook, dan Twitter digunakan oleh wirausahawan digital untuk menjangkau konsumen melalui strategi kreatif, termasuk iklan berbayar dan penggunaan hashtag populer (Setiawan, 2023). Dalam dekade terakhir, kewirausahaan digital telah mengalami pertumbuhan signifikan secara global.

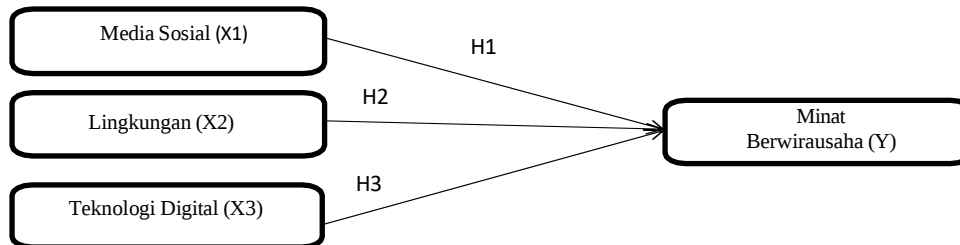
Hubungan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha

Lingkungan keluarga memegang peranan penting dalam proses tumbuh kembang anak, termasuk dalam memengaruhi minat dan keputusan karier di masa depan, seperti pilihan untuk berwirausaha. Anak sering melihat orang tua sebagai panutan, sehingga kecenderungan untuk mengikuti jejak profesi orang tua sangat mungkin terjadi. Karakteristik orang tua, pengelolaan keluarga, dan hubungan antar anggota keluarga dapat berdampak positif atau negatif terhadap keputusan anak, termasuk minat dalam bidang wirausaha (Indriyani & Margunani, 2018). Keluarga tidak hanya menjadi sumber dukungan moral dan emosional, tetapi juga dapat menyediakan modal

dan pengetahuan kewirausahaan, yang memperkuat minat anak untuk terjun dalam dunia usaha (Lestari & Sukirman, 2020).

Hubungan Teknologi Digital Terhadap Minat Berwirausaha

teknologi digital menjadi keharusan bagi pelaku usaha untuk dapat bersaing di tengah ketatnya persaingan bisnis digital. Mahasiswa yang memiliki literasi digital yang baik cenderung lebih siap menghadapi tantangan kewirausahaan. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu terus mengintegrasikan pengajaran teknologi digital dalam mata kuliah kewirausahaan untuk mendukung kesiapan berwirausaha mahasiswa.



H1 : Media Sosial Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021 FEB UNISMA

H2 : Lingkungan Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Angkatan 2021 FEB UNISMA

H3 : Teknologi Digital Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021 FEB UNISMA

Metode Penelitian

Pendekatan yang diterapkan pada skripsi ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner, yang berfokus pada analisis hubungan antara variabel independen dan dependen yang diteliti (Sugiyono, 2020). Penelitian dilakukan di Universitas Islam Malang dengan responden mahasiswa Manajemen FEB angkatan 2021.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen FEB UNISMA angkatan 2021, sementara teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti. Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, sehingga diperoleh 82 responden sebagai sampel penelitian.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	Y1.1	0,770	0,217	Valid
	Y1.2	0,692	0,217	Valid
	Y1.3	0,668	0,217	Valid
	Y1.4	0,498	0,217	Valid
	Y1.5	0,649	0,217	Valid
Media Sosial (X1)	X1.1	0,769	0,217	Valid
	X1.2	0,782	0,217	Valid
	X1.3	0,749	0,217	Valid
Lingkungan Keluarga (X2)	X2.1	0,813	0,217	Valid
	X2.2	0,759	0,217	Valid
	X2.3	0,855	0,217	Valid
Teknologi Digital (X3)	X2.4	0,742	0,217	Valid
	X3.1	0,875	0,217	Valid
	X3.2	0,822	0,217	Valid
	X3.3	0,736	0,217	Valid

Berdasarkan Tabel 1, semua item pernyataan ditetapkan valid karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,217). Dengan demikian, seluruh pernyataan dalam kuesioner memenuhi kriteria validitas.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Minat berwirausaha (Y)	0,678	0,60	Reliabel
Media sosial (X1)	0,644	0,60	Reliabel
Lingkungan keluarga (X2)	0,804	0,60	Reliabel
Teknologi digital (X3)	0,737	0,60	Reliabel

Berdasarkan Tabel 2, nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel lebih dari 0,6. Dengan demikian, Seluruh item pernyataan dalam setiap variabel menunjukkan reliabilitas dan memenuhi kriteria selanjutnya.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test	
Test Statistic	0,078
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{cd}

Berdasarkan Tabel 3, Pengujian normalitas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig sebesar 0,200, yang berada di atas nilai 0,05. Dengan demikian, data berdistribusi normal.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Media sosial (X1)	0,455	2,197	Tidak terjadi multikolinearitas
Lingkungan keluarga (X2)	0,728	1,373	Tidak terjadi multikolinearitas
Teknologi digital (X3)	0,396	2,524	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 4, nilai tolerance untuk Nilai ketiga variabel melebihi 0,10, sementara VIF tetap berada di bawah angka 10. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada ketiga variabel bebas.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Media sosial (X1)	0,258	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Lingkungan keluarga (X2)	0,100	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Teknologi digital (X3)	0,942	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 5, ketiga variabel memiliki nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada ketiga variabel tersebut.

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,682	1,609	4,154	,000
	X1	0,524	0,173	3,030	,003
	X2	0,176	0,087	2,023	,046
	X3	0,378	0,162	2,337	,022

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 6, hasil analisis dapat diartikan sebagai berikut:

- (Constant) sebesar 6,682, artinya jika variabel Media Sosial (X1), Lingkungan Keluarga (X2), Teknologi Digital (X3), bernilai 0, maka variabel Y (Minat Berwirausaha) memiliki nilai sebesar 6,682.
- Variabel Media Sosial (X1) memiliki nilai koefisien 0,524 dan signifikansi 0,003. Karena nilai signifikansi < 0,05, maka X1 berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Berwirausaha.
- Variabel Lingkungan keluarga (X2) memiliki nilai koefisien 0,176 dengan nilai signifikansi 0,046. karena nilai signifikansi < 0,05 Artinya, X2 juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Berwirausaha.
- Variabel Teknologi Digital (X3) memiliki nilai koefisien 0,378 dan signifikansi 0,022, yang berarti X3 berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Berwirausaha.

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	345,034	3	115,011	27,310	,000 ^b
	Residual	328,478	78	4,211		
	Total	673,512	81			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Hasil uji F, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 7, menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua variabel (X) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel (Y).

Tabel 8 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,682	1,609		4,154	,000
	X1	0,524	0,173	0,355	3,030	,003
	X2	0,176	0,087	0,187	2,023	,046
	X3	0,378	0,162	0,294	2,337	,022

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 8, hasil analisis dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Hasil analisis pada Tabel 8 mengindikasikan bahwa, variabel Media Sosial (X1) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,003. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi berada di bawah 0,05, sehingga variabel Media Sosial (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y).
- Hasil analisis pada Tabel 8 mengindikasikan bahwa, variabel Lingkungan Keluarga (X2) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,046. Karena nilai signifikansi ini berada di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lingkungan keluarga (X2) juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y).
- Hasil analisis pada Tabel 8 mengindikasikan bahwa, variabel Teknologi Digital (X3) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,022. Nilai ini berada di bawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Teknologi Digital (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y).

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,716 ^a	0,512	0,494	2,052

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 9, nilai Adjusted R² sebesar 0,494 atau 49,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan kontribusi sebesar 49,4 % terhadap variabel terikat, sedangkan 50,6 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam meningkatkan minat berwirausaha. Semakin tinggi tingkat pemanfaatan media sosial, semakin besar pula minat individu untuk memulai usaha. Responden sangat setuju bahwa media sosial mempermudah identifikasi peluang pasar dan mendorong pembelajaran kewirausahaan melalui akses informasi bisnis, strategi usaha, dan kisah sukses. Temuan ini sejalan dengan penelitian Santoso & Rahmawati (2021) yang menyatakan bahwa media sosial dapat menjadi alat strategis dalam mencari peluang usaha dan membangun jaringan.

Selain itu, menurut Kotler & Keller (2020), media sosial mendukung kewirausahaan melalui kemudahan akses informasi, interaksi komunitas, dan eksposur tren pasar. Caffey & Smit (2019) juga menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial yang efektif dapat membentuk dorongan

psikologis untuk berwirausaha. Oleh karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai sarana yang efektif dalam meningkatkan minat dan kesiapan individu untuk berwirausaha.

Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga merupakan faktor yang signifikan dalam membentuk minat berwirausaha. Dukungan dalam bentuk modal dan pengalaman wirausaha dari keluarga berkontribusi positif terhadap motivasi individu untuk memulai usaha. Dengan dorongan modal dari keluarga memberikan semangat berwirausaha, sebagaimana ditegaskan oleh Hidayat & Pratama (2021), yang menyatakan bahwa dukungan finansial keluarga mampu mengurangi hambatan dan meningkatkan keberanian dalam berwirausaha.

Selain itu, keteladanan anggota keluarga yang berwirausaha juga menjadi pendorong utama bagi individu untuk menekuni bidang usaha. Individu yang tumbuh dalam lingkungan keluarga wirausaha cenderung memiliki pola pikir kewirausahaan yang lebih kuat. Hal ini diperkuat oleh Hisrich & Peters (2019), yang menekankan bahwa lingkungan keluarga yang mendukung mampu menciptakan kesiapan mental dan motivasi yang kuat. Oleh karena itu, peran keluarga dapat dianggap sebagai elemen kunci dalam menumbuhkan minat dan kesiapan individu untuk berwirausaha.

Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan minat berwirausaha. Perkembangan teknologi memberikan kemudahan bagi individu dalam memulai bisnis, baik melalui platform e-commerce, media sosial, maupun aplikasi bisnis lainnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Santoso & Wicaksono (2021) yang menekankan bahwa digitalisasi memfasilitasi aspek pemasaran, operasional, dan pengelolaan usaha, serta membuka peluang baru bagi wirausahawan pemula.

Selain itu, bahwa teknologi digital memungkinkan memulai bisnis dengan modal yang relatif kecil, teknologi digital mendukung kewirausahaan melalui akses pasar yang lebih luas, efisiensi biaya, dan fleksibilitas kerja. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi mengurangi hambatan modal melalui *platform* daring yang minim biaya, sebagaimana dijelaskan oleh Sari & Nugroho (2020).

Simpulan, Keterbatasan Dan Saran

Simpulan

Penelitian ini dilakukan guna mengkaji pengaruh **media sosial, lingkungan keluarga, teknologi digital** terhadap **Minat Berwirausaha** mahasiswa Manajemen Angkatan 2021 FEB UNISMA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut merupakan faktor penting yang mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan pada mahasiswa, dan dapat dijadikan acuan dalam merancang strategi peningkatan minat berwirausaha di lingkungan pendidikan tinggi.

Keterbatasan

- Keterbatasan dalam responden, tingkat partisipasi yang rendah karena responden tidak merasa terdorong untuk mengisi Google Form.
- Kendala waktu, proses penelitian ini memerlukan waktu yang cukup panjang, terutama dalam tahap pengumpulan dan analisis data.
- Kendala teknis, terdapat hambatan dalam penyebaran kuesioner secara online, seperti keterbatasan akses internet bagi beberapa responden.

Saran

Bagi institusi pendidikan dan perusahaan, disarankan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi kewirausahaan melalui konten inspiratif, webinar, dan pelatihan daring. Selain itu, akses terhadap teknologi digital, seperti pelatihan *e-commerce* dan pemanfaatan *fintech*, juga perlu ditingkatkan guna mendorong minat berwirausaha mahasiswa.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan responden di luar mahasiswa FEB Unisma agar hasil penelitian lebih representatif. Variabel penelitian juga dapat dikembangkan dengan menambahkan faktor lain seperti modal usaha, kebijakan pemerintah, dan aspek psikologis guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait minat berwirausaha.

Referensi

- Ardiansyah, W. M. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(1).
- Triyono, A. (2019). Pendidikan Karakter pada Sistem Boarding School. *Jurnal Kependidikan*, 7(2), 251–263. <https://doi.org/10.24090/jk.v7i2.3085>
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114–123.
- Subandono, A. 2007. Pengaruh Pembelajaran Life Skill Diklat Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMKN 1 Semarang. Skripsi Fakultas MIPA. UNES
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Sulaeman. (2020). Survei: 70 Persen UMKM Berencana Jualan di Media Sosial. Retrieved from Liputan6: <https://m.liputan6.com/bisnis/read/429460> 2/survei-70-persen-umkm-berencanajualan-di-media-sosial
- Hasbullah. (2012). Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Alma, B. (2013). Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta
- Rippa, P., & Secundo, G. (2018). Digital academic entrepreneurship: The potential of digital technologies on academic entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, (July), 0– 1. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.013>
- Iswadi, A. A. (2023). Kewirausahaan. Padang: pt global eksekutif teknologi
- Setiawan, Z. (2023). Kewirausahaan digital. Padang: pt global eksekutif teknologi Anggota IKAPI
- Indriyani, L., & Margunani. (2018). *Economic Education Analysis Journal*. 7(3), 848–862
- Lestari, Y. P., & Sukirman. (2020). Pengaruh Self Efficacy Sebagai Mediasi dari Pengaruh Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis*, 2(9), 615–633. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.39469>
- Kotler dan Keller. 2020. “Manajemen Pemasaran.” Jakarta: Penerbit Erlangga
- Hidayat, I. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Tukar terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 1–18
- Sari, S. P., & Nugroho, N. K. (2020). Financial Statements Fraud dengan Pendekatan Vicious Fraud Hexagon Model: Tinjauan pada Perusahaan Terbuka di Indonesia. 1st Annual Conference of Ihtifaz. <http://seminar.uad.ac.id/index.php/ihfifaz/article/download/3641/1023>

Sawidatul Mutiara*) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA

Khalikussabir**) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA

Nanik Wahyuningtiyas***) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA