



The Effect of Social Media Use Intensity and Locus of Control on Entrepreneurial Intentions among Phase F Students at SMK Negeri 5 Padang

Eventina¹, Dessyta Gumanti², Detman³

ventinmaru@gmail.com

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of social media usage intensity and locus of control on the entrepreneurial interest of Phase F students at SMK Negeri 5 Padang. The research employed a quantitative associative approach. The population consisted of 403 Grade XI Phase F students, while 201 respondents were selected using the Slovin formula and purposive random sampling technique. Data were collected using validated and reliable questionnaires. Data analysis included descriptive statistics, prerequisite tests, multiple linear regression, partial hypothesis testing (t-test), simultaneous hypothesis testing (F-test), and coefficient of determination (R^2) using SPSS version 25. The findings indicate that social media usage intensity has a positive and significant effect on students' entrepreneurial interest ($t = 9.455$; $p < 0.05$). Likewise, locus of control has a positive and significant effect on entrepreneurial interest ($t = 5.882$; $p < 0.05$). Simultaneously, both independent variables significantly influence entrepreneurial interest ($F = 427.188$; $p < 0.05$). The coefficient of determination indicates that 73.20% of the variance in entrepreneurial interest is explained by social media usage intensity and locus of control, while the remaining 26.80% is explained by other variables outside the scope of this study. These findings imply that productive use of social media and strengthening students' internal locus of control can enhance entrepreneurial interest among vocational high school students.

Keywords: social media usage intensity, locus of control, entrepreneurial interest.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengurangi angka pengangguran, terutama di kalangan lulusan sekolah menengah kejuruan (SMK). Sebagai lembaga pendidikan yang menyiapkan lulusan siap kerja, SMK diharapkan tidak hanya menghasilkan tenaga kerja terampil, tetapi juga mampu menciptakan lulusan yang memiliki minat dan kemampuan untuk membangun usaha secara mandiri. Oleh karena itu, pengembangan minat berwirausaha menjadi salah satu tujuan penting dalam pendidikan kejuruan.

Minat berwirausaha tidak tumbuh begitu saja akan tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor baik itu faktor eksternal maupun internal. Faktor eksternal itu sendiri mencakup intensitas penggunaan media sosial. Intensitas penggunaan media sosial menurut Hasanah dan Hidayat (2021), intensitas penggunaan media sosial merupakan tingkat penggunaan media sosial yang ditunjukkan melalui frekuensi, durasi, perhatian, dan keterlibatan individu ketika mengakses media sosial. Intensitas penggunaan media sosial yang diarahkan pada aktivitas produktif diyakini mampu meningkatkan wawasan, kreativitas, serta ketertarikan siswa terhadap kegiatan berwirausaha. Media sosial yang awalnya hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi kini berkembang menjadi media pemasaran, promosi, dan pencarian informasi bisnis. Berbagai platform seperti *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, dan *WhatsApp* memberikan peluang bagi generasi muda untuk mengenal dunia usaha sejak dini.

Selain faktor eksternal, faktor internal juga berperan dalam membentuk minat berwirausaha, salah satunya adalah *locus of control*. Menurut Schultz dan Schultz (2022) internal *locus of control* adalah keyakinan individu bahwa keberhasilan, kegagalan, maupun berbagai peristiwa dalam hidup terutama ditentukan oleh usaha, kemampuan, dan keputusan yang dimiliki individu. Individu yang memiliki *internal locus of control* cenderung percaya bahwa keberhasilan maupun kegagalan dipengaruhi oleh usaha, kemampuan, dan keputusan yang dimiliki. Keyakinan tersebut mendorong seseorang untuk lebih percaya diri, berani mengambil risiko, serta memiliki motivasi yang lebih tinggi dalam memulai suatu usaha.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial maupun *locus of control* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Sukoiningtiyas (2023), yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan intensitas penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan, dan *locus of control* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas PGRI Tulungagung. Sebagian besar penelitian dilakukan pada mahasiswa, penelitian dengan variabel lain seperti ekspektasi pendapatan, efikasi diri dan sebagainya. Penelitian yang mengkaji siswa SMK masih relatif terbatas. Selain itu, karakteristik peserta didik SMK yang dipersiapkan untuk memasuki dunia kerja maupun dunia usaha menjadikan penelitian ini memiliki konteks yang berbeda dibandingkan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan pada objek penelitian, yaitu siswa Fase F SMK Negeri 5 Padang, serta menguji pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan *locus of control* secara simultan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi sekolah dalam menyusun strategi pembelajaran kewirausahaan yang mampu meningkatkan minat berwirausaha peserta didik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan *locus of control* terhadap minat berwirausaha siswa melalui analisis statistik. Penelitian dilaksanakan di SMK Negeri 5 Padang. Populasi penelitian berjumlah 403 siswa Fase F yang berasal dari berbagai program keahlian. Sampel penelitian sebanyak 201 siswa ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5%. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive random sampling* dimana responden memiliki kesempatan yang sama dengan memenuhi kriteria akan menjadi responden.

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran angket menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Instrumen penelitian telah diuji validitas menggunakan *korelasi Product Moment* dan reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel, uji prasyarat analisis yang terdiri atas uji normalitas, linearitas, dan multikolinearitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Seluruh analisis dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Data Penelitian

Penelitian ini melibatkan 201 siswa Fase F SMK Negeri 5 Padang sebagai responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25 melalui analisis deskriptif, uji prasyarat analisis, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil Uji Prasyarat Analisis

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas.

Tabel 1. Ringkasan Uji Prasyarat Analisis

Jenis uji	Hasil	Keterangan
Normalitas	Sig. = 0.200	Data berdistribusi normal
Linearitas $X_1 - Y$	Sig. Deviasi = 0.280	Hubungan Linear
Linearitas $X_2 - Y$	Sig. Deviasi = 0.551	Hubungan lienar
Multikolinearitas	Tolerance > 0.10; VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: olah data SPSS 25

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.200 (> 0.05) sehingga data penelitian berdistribusi normal. Selanjutnya, hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan minat berwirausaha maupun hubungan antara *locus of control* dengan minat berwirausaha bersifat linear. Selain itu, hasil uji multikolinearitas menunjukkan tidak terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen sehingga model regresi memenuhi asumsi klasik dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan *locus of control* terhadap minat berwirausaha siswa.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Beta	t	Sig.
Konstanta	13.601	-	5.910	0.000
Intensitas penggunaan media sosial	0.501	0.575	9.455	0.000
Locus of control	0.344	0.357	5.882	0.000

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 13,601 + 0,501X_1 + 0,344X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki arah hubungan positif terhadap minat berwirausaha. Koefisien regresi intensitas penggunaan media sosial sebesar 0.501 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan intensitas

penggunaan media sosial akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0.501 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Sementara itu, koefisien regresi *locus of control* sebesar 0.344 menunjukkan bahwa peningkatan *locus of control* internal juga akan meningkatkan minat berwirausaha siswa.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk melihat hubungan antara masing-masing variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 3. Hasil Uji t

Variabel	B	Beta	t	Sig.
Konstanta	13.601	-	5.910	0.000
Intensitas penggunaan media sosial	0.501	0.575	9.455	0.000
<i>Locus of control</i>	0.344	0.357	5.882	0.000

Sumber: output SPSS 25

Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki nilai t hitung sebesar 9.455, lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1.972, dengan nilai signifikansi 0.000 (< 0.05). Dengan demikian, hipotesis pertama diterima. Artinya, intensitas penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa.

Pengaruh *Locus of Control* terhadap Minat Berwirausaha

Variabel *locus of control* memperoleh nilai t hitung sebesar 5.882, lebih besar daripada t tabel sebesar 1.972, serta memiliki nilai signifikansi 0.000 (< 0.05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima, sehingga *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pengujian simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan *locus of control* secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha.

Tabel 4. Hasil Uji F

F hitung	F tabel	Sig.	Keputusan
427.118	3.04	0.000	H_0 ditolak

Sumber: Output SPSS 25

Nilai F hitung sebesar 427,118 lebih besar daripada F tabel sebesar 3,04 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan *locus of control* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 5 Padang.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi minat berwirausaha siswa.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.856	0.732	0.729

Sumber: Output SPSS 25

Nilai R Square sebesar 0,732 menunjukkan bahwa 73.20% variasi minat berwirausaha siswa dapat dijelaskan oleh intensitas penggunaan media sosial dan *locus of control*. Sisanya sebesar 26.80% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.729 mengindikasikan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan hubungan antarvariabel.

Pembahasan

Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa Fase F di SMK Negeri 5 Padang. Hasil uji parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,455 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis pertama diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial yang dimanfaatkan secara positif, maka semakin tinggi pula minat berwirausaha siswa.

Media sosial telah mengalami perkembangan fungsi yang sangat pesat. Jika sebelumnya hanya digunakan sebagai media komunikasi dan hiburan, saat ini media sosial telah menjadi sarana promosi, pemasaran digital, edukasi, dan pengembangan bisnis. Berbagai platform seperti *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, dan *YouTube* menyediakan informasi mengenai peluang usaha, strategi pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, hingga kisah sukses para pelaku usaha yang mampu memberikan inspirasi kepada generasi muda untuk memulai usaha.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa siswa yang lebih aktif memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi mengenai dunia usaha, mengikuti akun edukasi bisnis, mengamati strategi pemasaran produk, serta mempelajari pengalaman wirausahawan cenderung memiliki ketertarikan yang lebih tinggi untuk berwirausaha. Dengan kata lain, media sosial mampu berfungsi sebagai media pembelajaran informal yang memberikan pengalaman baru kepada siswa mengenai dunia kewirausahaan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Nasrullah (2022) yang menjelaskan bahwa media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan pengguna tidak hanya menerima informasi, tetapi juga menciptakan, menyebarluaskan, dan bertukar informasi secara interaktif. Aktivitas tersebut memberikan kesempatan bagi individu untuk memperoleh pengetahuan baru, memperluas jaringan, dan mengembangkan kreativitas dalam berbagai bidang, termasuk kewirausahaan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga memperkuat pendapat Kotler dan Keller (2018) yang menyatakan bahwa media digital telah menjadi salah satu sarana pemasaran yang efektif karena mampu menjangkau konsumen secara luas dengan biaya relatif rendah. Kemudahan tersebut mendorong munculnya minat masyarakat, khususnya generasi muda, untuk memulai usaha melalui pemanfaatan teknologi digital.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Sari dan Hidayat (2023) yang menyimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial mampu meningkatkan wawasan bisnis, kreativitas, serta motivasi seseorang untuk menjalankan usaha. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Pratama dan Lestari (2022) yang menemukan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran digital mampu meningkatkan minat generasi muda dalam mengembangkan usaha mandiri.

Dengan demikian, media sosial tidak hanya memberikan dampak positif terhadap aktivitas komunikasi, tetapi juga menjadi salah satu faktor eksternal yang mampu membentuk pola pikir kewirausahaan siswa apabila dimanfaatkan secara produktif. Oleh karena itu, sekolah perlu mengarahkan penggunaan media sosial tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan berbasis teknologi digital.

Pengaruh *Locus of Control* terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. Hal tersebut dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar 5,882 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$). Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa siswa yang memiliki *internal locus of control* yang tinggi cenderung memiliki minat berwirausaha yang lebih besar. Individu dengan *internal locus*

of control percaya bahwa keberhasilan diperoleh melalui usaha, kerja keras, kemampuan, dan tanggung jawab pribadi. Keyakinan tersebut membuat seseorang lebih percaya diri dalam mengambil keputusan, menghadapi tantangan, serta berani menanggung risiko yang merupakan karakter penting dalam kewirausahaan.

Dalam konteks pendidikan vokasi, siswa yang memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya sendiri akan lebih mudah melihat peluang usaha dan terdorong untuk mengembangkan ide bisnis. Sebaliknya, siswa yang lebih banyak bergantung pada faktor eksternal, seperti keberuntungan atau bantuan orang lain, cenderung memiliki keberanian yang lebih rendah dalam memulai usaha.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Rotter (1966) yang menjelaskan bahwa *locus of control* merupakan keyakinan individu mengenai sumber kendali terhadap peristiwa yang dialaminya. Individu dengan *internal locus of control* percaya bahwa keberhasilan merupakan hasil dari usaha pribadi, sedangkan individu dengan *external locus of control* lebih meyakini bahwa keberhasilan dipengaruhi oleh faktor di luar dirinya.

Pendapat tersebut diperkuat oleh Ghufro dan Risnawati (2017) yang menyatakan bahwa individu dengan *internal locus of control* memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, optimis, percaya diri, serta lebih siap menghadapi tantangan dibandingkan individu yang memiliki *external locus of control*. Karakteristik tersebut sangat diperlukan dalam membangun jiwa kewirausahaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Putri dan Arifin (2022) yang menyimpulkan bahwa *locus of control* memberikan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian lain oleh Nurhayati dkk. (2023) juga menunjukkan bahwa semakin tinggi *internal locus of control* seseorang, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karier.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dipahami bahwa penguatan karakter siswa melalui pembentukan rasa percaya diri, tanggung jawab, disiplin, dan keberanian mengambil keputusan menjadi aspek penting dalam meningkatkan minat berwirausaha di lingkungan sekolah.

Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan *Locus of Control* terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan *locus of control* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 427,118 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 3,04, serta tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Selain itu, nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,732$) menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 73,20% variasi minat berwirausaha siswa, sedangkan sisanya sebesar 26,80% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Temuan ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa pemanfaatan media sosial, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor internal berupa *locus of control*. Kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk perilaku kewirausahaan. Media sosial menyediakan berbagai informasi, peluang, dan inspirasi usaha, sedangkan *internal locus of control* mendorong siswa untuk percaya diri dalam memanfaatkan informasi tersebut menjadi tindakan nyata.

Temuan penelitian juga selaras dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kombinasi faktor lingkungan dan faktor psikologis merupakan penentu utama terbentuknya minat berwirausaha. Lingkungan digital memberikan akses terhadap pengetahuan dan peluang usaha, sedangkan karakter pribadi menentukan bagaimana individu memanfaatkan peluang tersebut menjadi tindakan nyata.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bahwa sekolah perlu mengembangkan

pembelajaran kewirausahaan yang mengintegrasikan pemanfaatan media sosial secara produktif dengan penguatan karakter siswa. Guru dapat memanfaatkan platform digital sebagai media pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*), mengajak siswa membuat konten promosi produk, melakukan simulasi pemasaran digital, serta membangun kepercayaan diri dan tanggung jawab melalui kegiatan kewirausahaan di sekolah. Dengan demikian, lulusan SMK diharapkan tidak hanya siap memasuki dunia kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja melalui kegiatan berwirausaha.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan *locus of control* terhadap minat berwirausaha siswa fase F di SMK Negeri 5 Padang. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda, diperoleh temuan bahwa intensitas penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial yang dimanfaatkan secara produktif, seperti untuk memperoleh informasi, inspirasi usaha, maupun pembelajaran kewirausahaan, maka semakin tinggi pula minat berwirausaha siswa.

Selain itu, *locus of control* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. Siswa yang memiliki internal *locus of control* yang tinggi cenderung lebih percaya pada kemampuan diri sendiri, berani menghadapi tantangan, bertanggung jawab atas keputusan yang diambil, dan memiliki keyakinan bahwa keberhasilan dapat dicapai melalui usaha yang dilakukan. Kondisi tersebut mendorong tumbuhnya minat untuk menjadi seorang wirausaha.

Secara simultan, intensitas penggunaan media sosial dan *locus of control* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa fase F di SMK Negeri 5 Padang. Kedua variabel mampu menjelaskan 73,20% variasi minat berwirausaha siswa, sedangkan 26,80% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara produktif yang didukung oleh *internal locus of control* merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat berwirausaha siswa SMK.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada siswa fase F di SMK Negeri 5 Padang sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada siswa SMK di sekolah atau daerah lain yang memiliki karakteristik berbeda. Kedua, penelitian hanya mengkaji dua variabel bebas, yaitu intensitas penggunaan media sosial dan *locus of control*, terhadap minat berwirausaha, sementara masih terdapat faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat berwirausaha, seperti pendidikan kewirausahaan, efikasi diri, lingkungan keluarga, motivasi berwirausaha, serta dukungan teman sebaya. Ketiga, penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen angket sehingga data yang diperoleh bergantung pada persepsi dan kejujuran responden saat mengisi kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, disarankan agar sekolah dan guru semakin mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran kewirausahaan yang produktif serta mengembangkan program pembelajaran yang mampu meningkatkan internal *locus of control* siswa. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain, seperti pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, motivasi berwirausaha, efikasi diri, atau dukungan teman sebaya sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha siswa.

Pernyataan Apresiasi

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Ekasakti, khususnya Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Ekasakti, yang telah memberikan kesempatan dan

dukungan selama pelaksanaan penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Sekolah, guru, dan seluruh siswa fase F SMK Negeri 5 Padang yang telah memberikan izin, bantuan, serta berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini.

Penulis juga menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih terutama kepada orang tua terkasih penulis yang sudah mendoakan, memberikan motivasi, dan dukungan baik secara material maupun non material dan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun akademik sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2022). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Amzi, & Rachma, A. (2020). Minat berwirausaha dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 7(1), 33–41.
- Firman Syah, M. H., Cahyono, A. E. & Wijaya, S. A. (2025) 'Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), pp. 45–58.
- Hasanah, U. & Hidayati, B. M. R. (2021). *Intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap body image*. IDEA: Jurnal Psikologi, 5(2), 115-131. <https://doi.org/10.32492/idea.v5i2.5205>
- Nadhiroh, Y. A. (2022). Intensitas penggunaan media sosial dan dampaknya pada remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 10(1), 15–24.
- Nasrullah, R. (2023). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rahayu, S., & Sulistyowati, R. (2021). Pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 98–107.
- Rahmadani. (2022). Locus of control dan perilaku kewirausahaan. *Jurnal Psikologi Terapan*, 6(1), 44–52.
- Ramadin, & Anova, N. (2022). *Pengaruh Locus Of Control terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa di Smart fast Global Education Pekanbaru. SAINS, AKUNTASI DAN KEUANGAN*, 1(4). <https://doi.org/10.55356/sak.v1i4.30>
- Rofifah. (2020). Locus of control sebagai determinan perilaku individu. *Jurnal Psikologi*, 8(2), 77–85.
- Schultz, D. P. & Schultz, S. E. (2022). *Teory of personality*. 12th ed. Boston: Cengage Learning.
- Sukoingtiyas, A. & Subiyantoro, H. (2023) 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan dan Locus of Control terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bhineka PGRI Tulungagung', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 18(2), pp. 95–108.
- Sulistyowati, S. N. (2021). *Pengaruh media sosial dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha mahasiswa*. Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis, 7(1), 12-33.
- Syah, M. H. F., Chayono, A. E., & Wijaya, S. A. (2025). *Pengaruh Penggunan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, dan Pengelolaan Pendidikan*, 5(9). <https://doi.org/10.17977/um065.v5.i9.2025.5>
- Syifana. (2024). Minat dan sikap kewirausahaan generasi muda. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 9(1), 1–10.