

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Pengetahuan *Digital Marketing*, Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Penduduk Usia Produktif Di Kabupaten Wonogiri

Tania Lailatul Kasanah^{1*}, M. Thoha Ainun Najib²

¹ Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia,
tanialailatulkasanah@gmail.com

² Univeritas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia,
thoha.ainun@iainponorogo.ac.id

Article Info

Article history:

Received November 25, 2025

Revised December 16, 2025

Accepted December 23, 2025

Available online December 23, 2025

*Corresponding author email :
tanialailatulkasanah@gmail.com

Keywords:

Pengaruh, Usia Produktif, Dan
Minat Berwirausaha

Abstract

Introduction: This study discusses how entrepreneurial knowledge, digital marketing knowledge and social media can influence entrepreneurial interest in the productive age population in Wonogiri district. Entrepreneurial interest is the impulse or desire of a person to start and run their own business including taking risks and developing it. Entrepreneurial interest is believed to be the main driving force in creating an entrepreneurial ecosystem and triggering the growth of the entrepreneurial sector in a country. This increase in entrepreneurial interest will have a positive impact on overall economic growth and community welfare.

Research Methods: This study applies associative quantitative methodology with a sample size of 100 respondents from the productive age population domiciled in Wonogiri district. In this study the sampling technique used is simple random sampling. The data source used is primary. Data collection through questionnaire and data analysis was carried out using the SPSS 27 application and using the multiple linear regression analysis method.

Results: Based on the research above, it is shown that overall this research meets the multiple linear regression analysis method because it has passed the research instrument test, classical assumption test and hypothesis test.

Conclusion: Partially, entrepreneurial knowledge, digital marketing knowledge and social media have a significant effect on the entrepreneurial interest of productive age residents in Wonogiri regency. While simultaneously there is also a significant influence together between entrepreneurial knowledge, digital marketing knowledge and social media on the entrepreneurial interest of productive age

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki populasi penduduk yang cukup padat dengan jumlah sebesar 281,6 juta jiwa pada tahun 2024 (Indonesia, t.t.). Dilansir dari Badan Pusat Statistik (BPS), negara Indonesia juga menunjukkan bahwa 69,58% atau setara dengan 196.558.195 jiwanya diisi oleh penduduk usia produktif (*Penduduk Usia Produktif 69,58 Persen, Modal Besar Menuju Indonesia Emas 2045*, t.t.). Penduduk usia produktif ini adalah modal besar dan asset yang berharga untuk menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi Indonesia yang berpotensi mengantarkan bangsa ini menjadi salah satu dari tiga atau empat negara terbesar di dunia (*Dirjen Dukcapil: Penduduk Produktif 69,58%, Modal Besar Menuju Indonesia Emas / kumparan.com*, t.t.). Namun besarnya jumlah penduduk usia produktif juga berakibat pada tingkat pengangguran di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia belum mampu menyerap angkatan kerja baru yang terjadi di setiap tahunnya. Tingkat pengangguran yang tinggi jelas merupakan ancaman serius di Indonesia menuju ekonomi global. Apalagi Indonesia juga akan menghadapi bonus demografi pada tahun 2045 nanti (Al Kahar, 2021).

Sebagai salah satu negara berkembang, masalah pengangguran merupakan masalah klasik (Cahyo, 2016). Oleh karena itu, fokus masalah saat ini yang perlu diatasi oleh Indonesia adalah mengenai upaya untuk mengatasi atau mengurangi pengangguran salah satunya adalah dengan menciptakan lapangan kerja dengan menjadi seorang wirausaha. Berwirausaha merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh penduduk usia produktif saat ini untuk mengurangi pengangguran dan mendapatkan pendapatan sesuai dengan keinginan mereka (Khamimah, 2021). Kewirausahaan juga merupakan salah satu faktor penentu kemajuan sebuah negara. Pertumbuhan ekonomi bisa tercapai jika negara tersebut memiliki banyak pengusaha .

Catatan Kementerian Koperasi dan UKM mengungkapkan bahwa Indonesia baru mencapai rasio kewirausahaan sebesar 3,35% (*Rasio Kewirausahaan di Indonesia Naik, Ini Buktinya - Bisnis Liputan6.com*, t.t.). Hal tersebut masih cukup jauh dari target pemerintah yang ingin mencapai rasio 3,95% pada tahun akhir 2024 agar struktur ekonomi nasional lebih kuat (*Sekretariat Kabinet Republik Indonesia / Pemerintah Terbitkan Perpres Pengembangan Kewirausahaan Nasional*, t.t.). Selain itu, untuk dikategorikan sebagai negara maju pada tahun 2045, Indonesia harus memiliki rasio entrepreneur atau wirausaha mencapai 12% dari populasi penduduk yang ada. Rasio kewirausahaan di Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara-negara di Asia Tenggara seperti Singapura yang jumlah

uknya 5 jutaan, namun pengusahaanya sudah mencapai 8,6% dari total penduduk. Sedangkan Malaysia dan Thailand sudah diatas 4%, atau bahkan di negara maju rata-rata sudah 10-12% (*Punya Pengusaha Minimal 4% Dari Jumlah Penduduk, Indonesia Jadi Negara Maju*, 2023).

Dilihat dari aktivitas kewirausahaan di Indonesia yang hari ini masih tergolong rendah menandakan bahwa keinginan atau ketertarikan masyarakat untuk terjun di dunia kewirausahaan masih kurang. Padahal ketika dilihat urgensinya kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendorong pembangunan ekonomi serta menjadi inovasi dalam penyedian lapangan pekerjaan (Amalia & Hadi, 2024). Kemudian jika dilihat dari jumlah penduduk Indonesia yang banyak dimana sebagian besar diisi oleh penduduk usia produktif, sudah seharusnya banyak penduduk usia produktif yang memanfaatkan bidang ini untuk bisa mencari ladang penghasilan dan mengurangi tingkat pengangguran yang ada.

Wonogiri adalah salah salah satu kabupaten yang cukup strategis secara posisi karena berada di sebelah tenggara provinsi Jawa Tengah dan provinsi DIY yang memungkinkan berinteraksi dengan kedua provinsi tersebut. Kabupaten Wonogiri juga menjadi salah satu wilayah terluas di provinsi Jawa Tengah dengan luas wilayahnya yang mencapai 1.793,67 km² yang terbagi menjadi 25 kecamatan, 43 kelurahan, dan 251 desa (Sushmita, 2022). Luasnya wilayah di kabupaten Wonogiri membuat kabupaten ini memiliki potensi ekonomi yang beragam baik dalam bidang pertanian, industri pengolahan, pariwisata, ekonomi kreatif dan UMKM sehingga hal tersebut mendorong Pemkab Wonogiri untuk terus berupaya meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai program dan kegiatan. Salah satu inovasi dan pemberdayaan yang dilakukan oleh Pemkab Wonogiri adalah melakukan pengembangan UMKM, pelatihan kewirausahaan, fasilitas perizinan usaha, peningkatan akses perbankan, dan penguatan produk UMKM sehingga kabupaten Wonogiri dinobatkan menjadi daerah dengan jumlah Nomor Induk Berwirausaha (NIB) terbanyak uintuk UMKM di provinsi Jawa Tengah (*Penerbitan NIB Wonogiri Tertinggi se-Jateng, Hampir 100% Ekonomi Ditopang UMKM - Espos.id | Espos Indonesia dari Solo untuk Indonesia*, t.t.).

Secara demografi jumlah penduduk di kabupaten Wonogiri berjumlah 1.057.087 jiwa (*Kabupaten Wonogiri Dalam Angka 2024 - Badan Pusat Statistik Kabupaten Wonogiri*, t.t.). Besarnya jumlah penduduk turut membentuk tingginya jumlah penduduk usia produktif di wilayah ini, dimana jumlah populasi usia produktif dengan umur kisaran 15-64 tahun berjumlah 726,89 ribu atau sebesar 68,8% (*Diduga akibat PHK, Jumlah Pengangguran Wonogiri Tambah 2.400-An Orang pada 2024 - Espos.id | Espos Indonesia dari Solo untuk Indonesia*, t.t.). Namun, banyaknya jumlah penduduk yang ada juga menyebabkan jumlah pengangguran yang meningkat di kabupaten Wonogiri. Tercatat pada tahun 2024, kabupaten Wonogiri mengalami peningkatan angka pengangguran dimana jumlahnya melonjak sekitar 2.400 orang menjadi 16.195 orang. Rincian Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tahun 2024 menunjukkan angka 2,40% meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya 1,92%. Secara spesifik, TPT laki-laki adalah 2,31% dan TPT perempuan 2,52%. Hal ini

juikan adanya potensi untuk mendorong penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri untuk terjun di dunia kewirausahaan sebagai alternatif mata pencaharian (Wonogiri, t.t.).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif asosiatif untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, pengetahuan *digital marketing* dan media sosial terhadap minat berwirausaha penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri. Data dikumpulkan dari 100 penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri menggunakan kusioner yang disebarluaskan melalui simple random sampling, sebuah metode dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih (Fajar, 2021).

Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda melalui aplikasi SPSS versi 27. Analisis regresi linear berganda merupakan metode analisis kuantitatif yang digunakan untuk mengukur pengaruh simultan dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen yang berskala interval (Gonibala dkk., 2019). Namun sebelum itu, perlu dilakukan uji instrument penelitian untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan benar-benar mengukur apa yang ingin diukur (valid) dan konsisten (reliabel). Kemudian, dilanjutkan uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi yang terbentuk akurat, tidak memnyimpang, dan hasilnya stabil. Baru setelah itu model regresi terbentuk dan langkah terakhir yang dilakukan yaitu melakukan uji hipotesis yang berfungsi untuk mengkonfirmasi adanya hubungan linear yang singnifikan antara variabel-variabel independent dan variabel dependent.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Instrumen (Validitas Dan Reliabilitas)

Dalam penelitian yang menggunakan data primer melalui kusioner, pengujian instrument sangat penting untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan benar-benar mengukur apa yang ingin diukur (valid) dan konsisten (reliabel) (Sanaky, 2021). Jika suatu pertanyaan (instrument) tidak valid, maka harus dikeluarkan atau diganti dengan yang lebih baik. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi (R_{hitung}) dengan nilai kritis (R_{tabel}) (Mutmainah, 2024). Dalam kasus ini, dengan 100 responden maka R_{tabel} nya adalah 0,194. Data uji validitas kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
Pengetahuan Kewirausahaan	X1.1	0,194	0,670	Valid
	X1.2	0,194	0,810	Valid

(X1)	X1.3	0,194	0,750	Valid
	X1.4	0,194	0,650	Valid
	X1.5	0,194	0,820	Valid
	X1.6	0,194	0,800	Valid
	X1.7	0,194	0,825	Valid
	X1.8	0,194	0,710	Valid
Pengetahuan <i>Digital Marketing</i> (X2)	X2.1	0,194	0,630	Valid
	X2.2	0,194	0,715	Valid
	X2.3	0,194	0,820	Valid
	X2.4	0,194	0,720	Valid
	X2.5	0,194	0,733	Valid
	X2.6	0,194	0,730	Valid
	X2.7	0,194	0,765	Valid
	X2.8	0,194	0,700	Valid
Media Sosial (X3)	X3.1	0,194	0,730	Valid
	X3.2	0,194	0,810	Valid
	X3.3	0,194	0,750	Valid
	X3.4	0,194	0,765	Valid
	X3.5	0,194	0,850	Valid
	X3.6	0,194	0,800	Valid
	X3.7	0,194	0,775	Valid
	X3.8	0,194	0,805	Valid
	X3.9	0,194	0,851	Valid
	X3.10	0,194	0,796	Valid
	X3.11	0,194	0,832	Valid
	X3.12	0,194	0,751	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	Y1.1	0,194	0,801	Valid
	Y1.2	0,194	0,760	Valid
	Y1.3	0,194	0,835	Valid
	Y1.4	0,194	0,803	Valid
	Y1.5	0,194	0,775	Valid
	Y1.6	0,194	0,860	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan pada tabel 1 diketahui bahwa instrument dari masing masing variabel telah memenuhi persyaratan rhitung>rtable. Sehingga uji validitas instrument tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya uji reliabilitas, dimana untuk menguji keandalan data digunakan metode cronbach's alpha. Jika nilai cronbach's alpha lebih dari 0,6 maka data dianggap andal dimana artinya data tersebut konsisten dan stabil sehingga dapat digunakan kembali dalam penelitian lain.

el 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0,785	0,6	Reliabel
Pengetahuan <i>Digital Marketing</i> (X2)	0,780	0,6	Reliabel
Media Sosial (X3)	0,779	0,6	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,795	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan pada table 2 nilai cronbach's alpha dari masing-masing variabel telah melebihi batas yaitu cronbach's alpha > 0,6 sehingga data tersebut dapat dikatakan reliable (Sujarweni, 2015). Dengan demikian, instrument ini terbukti andal dan dapat digunakan kembali dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang serupa.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah sisa hasil perhitungan (residual) dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan dianggap tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 (Mutmainah, 2024).

Tabel 3. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1.55721937
Most Extreme Differences	Absolute	0.087
	Positive	0.087
	Negative	-0.082
Test Statistic		0.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070 ^c

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2025

data pada tabel 3 diatas nilai signifikansi Kolmogorov Smirnov sebesar $0,070 > 0,05$. Sehingga berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa residual pada data penelitian ini berdistribusi normal.

2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak adanya korelasi yang signifikan antar variabel bebas yang dapat mengindikasikan masalah multikolinearitas. Untuk mendeteksi keberadaan multikolinearitas maka dapat diuji menggunakan dua indikator yaitu Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (TOL) dimana multikolinearitas dianggap ada jika nilai VIF > 10 atau jika nilai TOL $< 0,1$ (Mutmainah, 2024).

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan Kewirausahaan	0.490	2.05
	Pengetahuan <i>Digital Marketing</i>	0.392	2.565
	Media Sosial	0.342	2.960

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2025

Dari data pada tabel 4 diatas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk setiap variabel independent yaitu pendidikan kewirausahaan (2,050), pengetahuan digital marketing (2,565), dan penggunaan media sosial (2,960) dimana semuanya dibawah ambang batas 10. Demikian pula, nilai TOL untuk masing-masing variabel tersebut yaitu pendidikan kewirausahaan (0,490), pengetahuan digital marketing (0,392), dan penggunaan media sosial (0,342). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam model ini.

3 Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah varians residual konstan atau tidak. Uji glejser adalah salah satu cara untuk melakukannya dimana hasilnya dianggap baik apabila nilai signifikansinya diatas 0,05 yang berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas (Mutmainah, 2024).

Tabel 5. Uji Heterokedasitas

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.820	0.008
	Pengetahuan Kewirausahaan	1.455	0.155
	Pengetahuan Digital Marketing	-0.090	0.940
	Media Sosial	-2.500	0.084

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2025

Dari data pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari semua variabel bebas > 0,05. Ini membuktikan bahwa model regresi yang diuji tidak mengalami heteroskedastisitas yang berarti asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi terpenuhi.

4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi (hubungan) antara kesalahan (residual) pada suatu periode waktu dengan kesalahan pada periode waktu sebelumnya dalam sebuah model regresi. Apabila nilai $dU < dW < 4 - dU$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi kasus autokorelasi pada model regresi (Mutmainah, 2024).

Tabel 6. Uji

Model Summary ^b						Autokorelasi
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.806 ^a	0.665	0.640	1.58135	1.930	
a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan, Pengetahuan Digital Marketing						
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha						

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2025

Dari data pada tabel 6 diketahui bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,930 kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel DW dengan signifikansi 5%, jumlah sampel (n) = 100 dan jumlah variabel independent (k) = 3 (cari pada tabel DW),

a didapat nilai $d_U = 1,7364$ dan nilai $d_L = 1,613$ serta nilai $4-d_U = 4-1,7364 = 2,2636$. Dengan demikian maka hasil yang diperoleh yaitu $d_U < d_W < 4-d_U = 1,7364 < 1,930 < 2,2636$ artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat kasus autokorelasi pada penelitian ini.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Model Regresi Linear Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.410	1.520		0.924	0.362
	Pengetahuan Kewirausahaan	0.170	0.065	0.220	2.55	0.015
	Pengetahuan Digital Marketing	0.150	0.056	0.254	2.650	0.008
	Media Sosial	0.208	0.055	0.420	4.010	0

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan data pada tabel 7 diatas dapat dirumuskan persamaan model regresi yaitu: $Y = 1,410 + 0,170X_1 + 0,150X_2 + 0,208X_3 + e$

Hasil Pengujian Hipotesis

1 Uji T

Uji t digunakan untuk menilai pengaruh individual setiap variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi linear berganda, yang menunjukkan hubungan parsial (Sujarwani, 2015).

Tabel 8. Hasil Uji T

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std.			

		Error			
1	(Constant)	1.410	1.520		0.924 0.362
	Pengetahuan Kewirausahaan	0.170	0.065	0.220	2.55 0.015
	Pengetahuan Digital Marketing	0.150	0.056	0.254	2.650 0.008
	Media Sosial	0.208	0.055	0.420	4.010 0

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel pengetahuan kewirausahaan yaitu $0,015 < 0,05$ yang berarti menolak H01 dan menerima Ha1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri. Disusul variabel pengetahuan *digital marketing* yaitu $0,008 < 0,05$ yang berarti menolak H02 dan menerima Ha2. Sehingga juga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan *digital marketing* berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri. Dan yang terakhir variabel media sosial yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti menolak H03 dan menerima Ha3 ini berarti bahwa media sosial juga berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri.

2 Uji F

Uji F digunakan untuk menilai apakah pengetahuan kewirausahaan (X1), pengetahuan *digital marketing* (X2) dan media sosial (X3) secara bersama-sama mempengaruhi minat berwirausaha generasi muda di kabupaten Wonogiri (Y). Hasil uji f dianggap signifikan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 (Sujarweni, 2015).

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	442.680	3	147.560	59.005	.000 ^b
	Residual	240.066	96	2.502		
	Total	682.76	99			
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha						
b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan, Pengetahuan Digital Marketing						

mber: Data Primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan data dari tabel 8 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ atau bisa dikatakan menolak H_0 dan menerima H_a . Hasil ini berarti menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, pengetahuan *digital marketing* dan media sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri.

3 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi yang diukur melalui nilai R square digunakan untuk menentukan seberapa besar pengetahuan kewirausahaan (X_1), pengetahuan *digital marketing* (X_2) dan media sosial (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri (Y). Hasil pengujinya adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.806 ^a	0.665	0.640	1.58135	1.930
a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan, Pengetahuan Digital Marketing					
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha					

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan data dari tabel 9 diatas menunjukkan nilai R sebesar 0,806 yang menandakan hubungan yang sangat kuat antara pengetahuan kewirausahaan, pengetahuan *digital marketing* dan media sosial secara bersama-sama dengan minat berwirausaha penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri. Lebih lanjut, nilai R square sebesar 0,665 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 66,5% dari variasi minat berwirausaha sedangkan 33,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar model.

KESIMPULAN

Penelitian ini menggali lebih dalam mengenai bagaimana pengetahuan kewirausahaan, pengetahuan *digital marketing* dan media sosial mempengaruhi minat berwirausaha penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri. Melalui proses yang sistematis mulai dari merumuskan masalah hingga menguji data maka penelitian ini berhasil

asilkan kesimpulan yang menjawab hipotesis yaitu dimana secara parsial pengetahuan kewirausahaan, pengetahuan *digital marketing* dan media sosial secara signifikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri. Sedangkan secara simultan juga terdapat pengaruh secara signifikan secara bersama-sama antara variable pengetahuan kewirausahaan, pengetahuan *digital marketing* dan media sosial terhadap minat berwirausaha penduduk usia produktif di kabupaten Wonogiri. Hasil penelitian ini memiliki koefisien determinasi sebesar 0,665 artinya variable bebas berpengaruh terhadap variable terikat sebesar 66,5% sisanya 33,5% dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Kahar, A. A. D. (2021). Pendidikan Karakter Multidimensi sebagai Aplikasi Konsep Merdeka Belajar dalam Menyambut Bonus Demografi. *AN NUR: Jurnal Studi Islam*, 13(1), 67–89.
- Amalia, H., & Hadi, S. (2024). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Hafidzpreneur. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(1), 953–962.
- Cahyo, R. D. (2016). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Upah Minimum, dan Rata-Rata Lama Pendidikan Terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka Kebupaten/Kota di Jawa Timur Tahun 2009-2014. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Diduga akibat PHK, Jumlah Pengangguran Wonogiri Tambah 2.400-An Orang pada 2024—Espos.id / Espos Indonesia dari Solo untuk Indonesia.* (t.t.). Diambil 17 April 2025, dari <https://solopos.espos.id/diduga-akibat-phk-jumlah-pengangguran-wonogiri-tambah-2400-an-orang-pada-2024-2039337>
- Dirjen Dukcapil: Penduduk Produktif 69,58%, Modal Besar Menuju Indonesia Emas / kumparan.com.* (t.t.). Diambil 13 Mei 2025, dari <https://kumparan.com/kumparannews/dirjen-dukcapil-penduduk-produktif-69-58-modal-besar-menuju-indonesia-emas-23HuXW4TpQW>
- Fajar, D. R. (2021). Gambaran Tingkat Pengetahuan Sikap Dan Perilaku Masyarakat Terhadap Upaya Pencegahan Covid-19 Di Desa Jenetallasa Kabupaten Gowa. *Jurnal Farmasi Pelamonia/Journal Pharmacy Of Pelamonia*, 1(1), 44–51.
- Gonibala, N., Masinambow, V. A., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01).
- Indonesia, B. P. S. (t.t.). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun—Tabel Statistik*. Diambil 4 Maret 2025, dari <https://www.bps.go.id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>

P-ISSN XXXX-XXXX, E-ISSN XXXX-XXXX

Volume 1 Issue 2, July- December 2025

<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/kasbuna>Kab
upa*ten Wonogiri Dalam Angka 2024—Badan Pusat Statistik Kabupaten Wonogiri.* (t.t.).

Diambil 19 April 2025, dari

<https://wonogirikab.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/abd60d58c2c9fcfb04ff18c1/kabupaten-wonogiri-dalam-angka-2024.html>

Khamimah, W. (2021). Peran kewirausahaan dalam memajukan perekonomian Indonesia.

Jurnal Disrupsi Bisnis, 4(3), 228–240.Mutmainah, M. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi, dan Regresi Linier Berganda*.*Penduduk Usia Produktif 69,58 Persen, Modal Besar Menuju Indonesia Emas 2045.* (t.t.).Diambil 13 Mei 2025, dari <https://pasardana.id/article/2024/8/7/penduduk-usia-produktif-69-58-persen-modal-besar-menuju-indonesia-emas-2045/>*Penerbitan NIB Wonogiri Tertinggi se-Jateng, Hampir 100% Ekonomi Ditopang UMKM - Espos.id | Espos Indonesia dari Solo untuk Indonesia.* (t.t.). Diambil 13 Mei 2025, dari <https://solopos.espos.id/penerbitan-nib-wonogiri-tertinggi-se-jateng-hampir-100-ekonomi-ditopang-umkm-1783964>*Punya Pengusaha Minimal 4% Dari Jumlah Penduduk, Indonesia Jadi negara Maju.* (2023, Maret 12). [Www.Diskopukm.Dompu kab.Go.Id](http://www.Diskopukm.Dompu kab.Go.Id).<https://diskopukm.dompu kab.go.id/blog/punya-pengusaha-minimal-4-dari-jumlah-penduduk-indonesia-jadi-negara-maju.html>*Rasio Kewirausahaan di Indonesia Naik, Ini Buktinya—Bisnis Liputan6.com.* (t.t.). Diambil 27 Mei 2025, dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5748150/rasio-kewirausahaan-di-indonesia-naik-ini-buktinya>Sanaky, M. M. (2021). Analisis faktor-faktor keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.*Sekretariat Kabinet Republik Indonesia / Pemerintah Terbitkan Perpres Pengembangan Kewirausahaan Nasional.* (t.t.). Diambil 4 Maret 2025, dari <https://setkab.go.id/pemerintah-terbitkan-perpres-pengembangan-kewirausahaan-nasional/>Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*.Sushmita, C. I. (2022, Februari 23). *Profil Wonogiri, Kabupaten Terluas & Tersepi Se-Jawa Tengah.* Espos Indonesia. <https://solopos.espos.id/profil-wonogiri-kabupaten-terluas-tersepi-se-jawa-tengah-1262312>Wonogiri, B. P. S. K. (t.t.). *Keadaan Ketenagakerjaan Wonogiri, Agustus 2024.* Diambil 17 April 2025, dari <https://wonogirikab.bps.go.id/id/pressrelease/2024/12/18/125/keadaan-ketenagakerjaan-wonogiri--agustus-2024.html>