

**Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan
Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang**

Oleh :

Nurul Yunia Sari*)

M. Ridwan Basalamah**)

Restu Millanintyas***)

Email : nurulyuniasari98@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to analyze the effect of the use of social media, and entrepreneurial knowledge on the interest in entrepreneurship in students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang, either partially or simultaneously. This study uses a quantitative approach and the type of descriptive research. The population in this study amounted to 830 students with a sample of 89 respondents with the criteria of students from the economics and business faculty of the Islamic University of Malang majoring in management and accounting class 2017 who are active and have businesses, and have taken entrepreneurship courses. Data collection techniques using questionnaires. This study uses multiple linear regression analysis method with the help of SPSS 22 software. The results show that (1) the use of social media and entrepreneurship knowledge has a simultaneous effect on entrepreneurial interest in students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang, (2) the use of social media has a significant effect on entrepreneurial interest in students. Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang. (3) Knowledge of entrepreneurship has a significant effect on interest in entrepreneurship in students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang.

Keywords: *The use of Social Media, Entrepreneurial Knowledge, Interest in Entrepreneurship*

Pendahuluan

Latar Belakang

Pengembangan kewirausahaan merupakan sebuah langkah strategis dalam upaya mengatasi masalah ekonomi di Indonesia. Keberhasilan atau tidaknya suatu ekonomi tergantung dari bagaimana ekonomi tersebut dijalankan. Perguruan tinggi diharapkan dapat menciptakan calon wirausahawan yang handal dan mampu membuat mahasiswa untuk memiliki *mindset* berwirausaha agar dapat mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan wirausaha. Mahasiswa dan lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis diharapkan untuk mandiri, mampu mengembangkan diri dengan kreativitas dan inovasi dalam memanfaatkan sumber daya yang melimpah ruah di Indonesia ini.

Humas Kementerian Perindustrian RI dalam Indonesia (2021) memaparkan tentang Pidato Presiden Republik Indonesia, Bapak Joko Widodo, dalam pembukaan *Hannover Messe 2021* mengenai *Digital Edition*. Beliau memaparkan

bahwa majunya Industri 4.0 akan menjadikan Indonesia 10 besar ekonomi global pada 2030. Dengan adanya strategi 4.0 tersebut yang diharapkan memberikan sebuah langkah agar produksi industri Indonesia semakin berkualitas dan mampu bersaing secara global.

Universitas Islam Malang tahun 2030 bertujuan menjadi *Entrepreneursip University*, diharapkan dapat tercapai salah satunya dengan menyiapkan mahasiswa yang mampu berkompetisi dalam berwirausaha baik di tingkat Nasional maupun Internasional. Fakultas Ekonomi dan Bisnis mewajibkan semua mahasiswa menempuh mata kuliah kewirausahaan dan kewirausahaan lanjutan, masing-masing 2 sks. Hal ini bertujuan memberi bekal lulusan agar siap menjadi wirausahawan yang handal. Selain mata kuliah yang disampaikan, terdapat kegiatan-kegiatan yang mendukung keberhasilan tujuan, diantaranya adanya laboratorium *Entrepreneur* dan *Marketing*, inkubasi bisnis, seminar kewirausahaan, koperasi mahasiswa, fasilitas bazar, *supporting* kompetisi-kompetisi kewirausahaan, baik Nasional maupun Internasional (misalnya program *summary* kewirausahaan, Program kreatifitas Mahasiswa, Program KBMI, ASMI dan lain sebagainya).

Meskipun pihak perguruan tinggi telah memberikan berbagai fasilitas dan pengetahuan mengenai kewirausahaan, tetapi hal itu masih belum bisa menjadi dorongan bagi mahasiswa untuk melakukan kegiatan wirausaha. Berdasarkan penelitian dari Rachmawati (2020), data mahasiswa FEB Angkatan 2019/2020 yang berminat untuk berwirausaha hanya sekitar 45.60% untuk mahasiswa manajemen dan mahasiswa akuntansi sebanyak 43.20%. Hal itu disebabkan karena kurangnya kepercayaan diri pada mahasiswa sehingga pemahaman mengenai kewirausahaannya kurang, rendahnya kemauan untuk belajar mengenai kewirausahaan, takut akan kegagalan, masih *stuck* dengan zona nyaman, dan masih ada yang kurang memahami bagaimana penggunaan sosial media untuk berwirausaha.

Meningkatnya pertumbuhan ekonomi diharapkan mampu menyediakan banyak lapangan kerja sehingga membantu mewujudkan ekonomi 4.0. Namun, peningkatan pertumbuhan ekonomi Indonesia justru diikuti dengan jumlah pengangguran yang terus meningkat. Data Humas Kementerian Koperasi dan UKM dalam kemenkopukm.go.id (2020) memaparkan “bahwa sebuah Negara seharusnya memiliki wirausahawan sebanyak 5% dari total penduduk. Sedangkan saat ini jumlah wirausaha Indonesia baru mencapai 3,5 persen dari jumlah penduduk”.

Status Keadaan Ketenagakerjaan	Februari 2020	Agustus 2020	Februari 2021	Perubahan Feb 2020–Feb 2021		Perubahan Ags 2020–Feb 2021	
	juta orang	juta orang	juta orang	juta orang	persen	juta orang	persen
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Penduduk Usia Kerja	202,60	203,97	205,36	2,76	1,36	1,39	0,68
Angkatan Kerja	140,22	138,22	139,81	-0,41	-0,29	1,59	1,15
Bekerja	133,29	128,45	131,06	-2,23	-1,67	2,61	2,03
Pengangguran	6,93	9,77	8,75	1,82	26,26	-1,02	-10,44
Bukan Angkatan Kerja	62,38	65,75	65,55	3,17	5,08	-0,20	-0,30
	persen	persen	persen	persen poin		persen poin	
Tingkat Pengangguran Terbuka (TPU)	4,94	7,07	6,26	1,32		-0,81	
Perkotaan	6,12	8,98	8,00	1,88		-0,98	
Perdesaan	3,49	4,71	4,11	0,62		-0,60	
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)	69,21	67,77	68,08	-1,13		0,31	
Laki-Laki	83,94	82,41	82,14	-1,80		-0,27	
Perempuan	54,48	53,13	54,03	-0,45		0,90	

Berikut data jumlah angkatan kerja dan pengangguran yang di ambil dari BPS (Badan Pusat Statistik):

Karena adanya wabah *Covid'19* yang terjadi saat ini yang mengakibatkan banyak perusahaan yang berkurang pendapatannya, tetapi hal itu tentunya ada plus dan minusnya. Ada wirausaha yang gulung tikar, namun ada juga pengusaha yang malah semakin sukses. Sebagai langkah awal untuk memulai sebuah usaha, tentunya harus ada minat pada diri calon wirausaha. Minat dibutuhkan agar seseorang dapat termotivasi untuk melakukan kegiatan wirausaha dan juga menjadi modal utama dari keinginan yang dapat mendorong seseorang untuk berwirausaha.

Selain minat, dibutuhkan pengetahuan mengenai kewirausahaan itu sendiri. Indoworo (2016) mengemukakan bahwa pengusaha harus memiliki pengetahuan agar bisa sukses. Sebuah *business plan* yang matang dan keberanian mengambil risiko dalam berbisnis merupakan sebuah langkah untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses,. Jadi pengetahuan mengenai Kewirausahaan sangat penting untuk menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Karena adanya pengetahuan itu sendiri seseorang bisa terdorong untuk melakukan sesuatu yang akhirnya menumbuhkan minat untuk berwirausaha. Selain pengetahuan mengenai kewirausahaan, pemanfaatan sosial media juga diharapkan mampu mendorong mahasiswa untuk memiliki minat untuk berwirausaha, karena saat ini manusia bergantung dengan internet yang digunakan untuk akses ke sosial media.

Riyanto (2021) memaparkan bahwa “pada awal tahun 2021, Indonesia akan memiliki 202,6 juta pengguna internet. Dibandingkan dengan Januari 2020, jumlah ini meningkat 15,5% atau 27 juta. Jumlah penduduk Indonesia saat ini 274,9 juta jiwa. Artinya, tingkat penetrasi internet di Indonesia akan mencapai 73,7% pada awal tahun 2021”.

Media sosial sebagai media promosi dapat berguna di bidang pariwisata ataupun *coffee shop*, banyak sekali tempat-tempat baru yang saat ini dikatakan *instagramable* dan bagus untuk dijadikan spot untuk berfoto bersama teman maupun keluarga. Karena saat ini banyak orang yang mencari tempat yang bagus hanya untuk ber *selfie*, yang kemudian di upload di sosial media nya. Hal tersebut berdampak baik terhadap ekonomi. Karena banyak pula melahirkan wirausaha-wirausaha baru. Media sosial sangat berperan dalam mendongkrak kinerja bisnis maupun merek. Pemanfaatannya tergantung bagaimana para pebisnis mampu menggunakannya dengan efektif. Misalnya Levi's. Starbucks, Dell, Apple dan Oppo merupakan contoh sederet *brand* Global yang sukses dan besar karena sosial media. Karena adanya pengetahuan seseorang dalam dunia wirausaha dan juga dapat memanfaatkan sosial media dengan efektif, diharapkan akan berdampak positif terhadap pembentukan minat berwirausaha secara menyeluruh.

Berdasarkan fenomena yang ada diatas, untuk itu peneliti ingin meneliti dengan judul **“Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang”**.

Kerangka Teoritis

Minat Berwirausaha

Menurut Amalia (2016), minat berwirausaha adalah kemampuan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai tujuan bisnis. Kemauan yang kuat untuk menahan risiko yang terkait dengan perilaku wirausaha, tidak takut dengan risiko yang muncul, dan mandiri serta memenuhi kebutuhannya tanpa belajar dari kegagalan.

Indikator Minat Berwirausaha

Indikator dari minat berwirausaha yaitu sebagai berikut:

- a. Berani mengambil resiko
- b. Keinginan mempelajari
- c. Perasaan senang
- d. Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup
- e. Bekerja keras

Pemanfaatan Media Sosial

Menurut Rahayu & Laela (2018) media sosial yaitu sebuah media yang digunakan untuk berinteraksi dengan orang lain. Media sosial juga dapat digunakan untuk bertukar informasi, gambar, dan video serta dapat digunakan lintas Negara. Menurut Cahyono (2016), media sosial adalah media online yang membantu individu memperoleh dan mengkomunikasikan informasi. Media sosial adalah situs di mana pengguna dapat membuat web pribadi, saling terhubung, berbagi informasi, dan melakukan komunikasi dengan semua orang yang merupakan bagian dari media sosial yang sama.

Indikator Pemanfaatan Media Sosial

Berikut indikator pemanfaatan media sosial yaitu:

- a. Kepercayaan
- b. Kemudahan
- c. Partisipasi
- d. Keterbukaan
- e. Komunikasi

Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Puspitaningsih (2014), pengetahuan kewirausahaan adalah segala sesuatu yang berbentuk informasi yang diproses dalam ranah kognitif dalam bentuk memori, pengetahuan tentang cara berbisnis, yang kemudian mampu meminimalisir risiko, dan memberikan keberanian untuk memprosesnya secara logis. Ada 3 faktor (peristiwa pemicu) yang dapat mempengaruhi mereka untuk menjelajahi dunia wirausaha, yaitu: faktor pribadi, faktor lingkungan, dan faktor sosiologis.

Menurut Leres (2018), pengertian kewirausahaan secara luas ialah dimana seseorang dapat belajar tentang berpikir kreatif, kemampuan berinovasi, dan

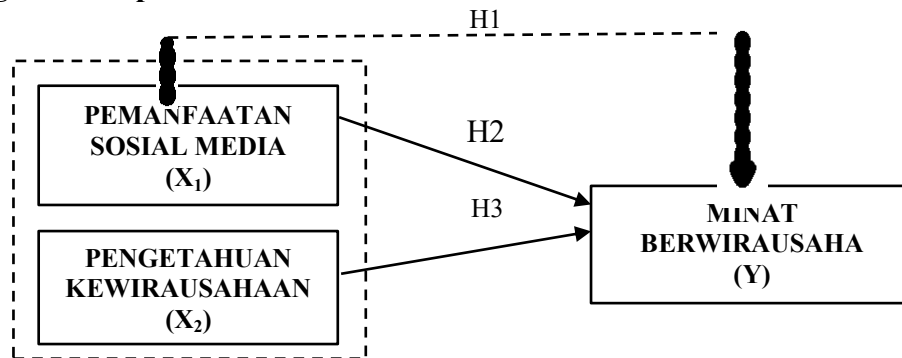
bagaimana memanfaatkan berbagai risiko yang dihadapi untuk meningkatkan kehidupan bisnis.

Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Berikut Indikator dari Pengetahuan Kewirausahaan antara lain:

- Mencari peluang usaha
- Menciptakan kreativitas dan inovasi
- Mengukur kemampuan berwirausaha
- Kepemimpinan dan tanggung jawab
- Berani mengambil resiko

Kerangka Konseptual



Keterangan :

- - - - - : Simultan
 ————— : Parsial

Hipotesis Penelitian

Dari kerangka konseptual yang ada diatas, maka dapat ditarik hipotesis berupa :

- H1: Diduga bahwa pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha
- H2: Diduga bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha
- H3: Diduga bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian deskriptif. Susanto (2008:20) memaparkan bahwa penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang situasi saat ini. Tujuannya yaitu untuk menjelaskan sifat situasi yang sedang dilakukan pada saat penyelidikan dan untuk menyelidiki penyebab gejala tertentu.

Populasi, Sampel, dan Kriteria Responden

Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 830 mahasiswa dengan sampel sebanyak 89 responden yang sebelumnya dihitung menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Kriteria responden disini yaitu mahasiswa FEB jurusan Manajemen dan Akuntansi angkatan 2017 yang aktif dan memiliki usaha, serta telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan.

Hasil Dan Pembahasan

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Mahasiswa	%
1	Laki-Laki	23	25,84%
2	Perempuan	66	74,16%
Total		89	100

Sumber : Data primer yang diolah

Pada tabel diatas, terdapat 23 (25,84%) responden adalah laki-laki dan 66 (74,16%) respnden perempuan.

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah Responden	%
1	21-25 tahun	78	87,64%
2	26-30 tahun	10	11,24%
3	31-45 tahun	1	1,12%
Total		89	100

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan data diatas, dijelaskan bahwa 78 (87,64%) responden memiliki usia 21– 25 tahun, sebanyak 10 (11,24%) berusia antara 26-30 tahun, dan sebanyak 1 (1,12%) responden berusia 31-45 tahun.

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jenis Kelamin	Jumlah Mahasiswa	%
1	Akuntansi	27	30,34%
2	Manajemen	62	69,66%
Total		89	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel diatas, terdapat sebanyak 27 (30,34%) responden dengan jurusan akuntansi dan 62 (69,99%) responden dengan jurusan manajemen.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kevalidan sebuah alat ukur. Dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan dengan nilai signifikansi > 0.05 .

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Variabel	Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Pemanfaatan Media Sosial (X ₁)	X1.1	0,446	0.206	Valid
		X1.2	0,658	0.206	Valid
		X1.3	0,593	0.206	Valid
		X1.4	0,569	0.206	Valid
		X1.5	0,705	0.206	Valid
		X1.6	0,497	0.206	Valid
		X1.7	0,666	0.206	Valid
		X1.8	0,708	0.206	Valid
		X1.9	0,621	0.206	Valid
		X1.10	0,636	0.206	Valid
		X1.11	0,512	0.206	Valid
2	Pengetahuan Kewirausahaan(X ₂)	X2.1	0,680	0.206	Valid
		X2.2	0,625	0.206	Valid
		X2.3	0,757	0.206	Valid
		X2.4	0,743	0.206	Valid
		X2.5	0,774	0.206	Valid
		X2.6	0,743	0.206	Valid
		X2.7	0,751	0.06	Valid
		X2.8	0,713	0.206	Valid
3	Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0,702	0.206	Valid
		Y.2	0,747	0.206	Valid
		Y.3	0,618	0.206	Valid
		Y.4	0,703	0.206	Valid
		Y.5	0,719	0.206	Valid
		Y.6	0,546	0.206	Valid
		Y.7	0,495	0.206	Valid
		Y.8	0,470	0.206	Valid
		Y.9	0,677	0.206	Valid
		Y.10	0,694	0.206	Valid
		Y.11	0,785	0.206	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil uji validitas pada penelitian ini dikatakan valid, karena terbukti bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan dengan tingkat signifikansi $0.206 > 0.05$.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berfungsi untuk mengukur konsistensi sebuah alat ukur. Dikatakan reliable apabila *alpha cronbrach* $> 0,60$.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alfa Cronbrach's	Keterangan
Pemanfaatan Media Sosial(X1)	0,807	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan(X2)	0,864	Reliabel
Minat Berwirausaha(Y)	0,862	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa data pada penelitian ini reliable. Karena diketahui bahwa $\alpha\ cronbrach > 0,60$.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi apakah sudah terdistribusi normal pada variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya. Dikatakan normal apabila nilai signifikansi > 0.05 dan *kolmogrov-smirnov* nya < 1.97 .

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	Pemanfaatan Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
N		89	89	89
Normal Parameters ^a	Mean	45.37	34.45	48.00
	Std. Deviation	4.588	3.631	4.411
Most Extreme Differences	Absolute	.120	.121	.124
	Positive	.120	.121	.124
	Negative	-.067	-.106	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		1.129	1.140	1.173
Asymp. Sig. (2-tailed)		.157	.149	.128

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Print out SPSS

Hasil dari penelitian ini dikatakan berdistribusi normal, karena hasil signifikansi dari masing-masing variabel > 0.05 , dan nilai kolmogrov-smirnov nya < 1.97 .

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik berfungsi untuk mengetahui atau mendeteksi apakah dalam model regresi linear bias atau tidak. Dan dalam penelitian ini digunakan 2 uji, yaitu uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah regresi berganda memiliki gejala multikolinieritas, yaitu adanya korelasi yang kuat antar variabel bebas. Dikatakan bebas gejala multikol apabila nilai VIF (*Variance Influence Factor*) < 10 , Sebaliknya jika nilai VIF > 10 , maka terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 4.10 Hasil Analisis Multokolineritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	.681	1.469
	Pemanfaatan Media Sosial (X2)	.681	1.469

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Data SPSS yang diolah

Dari analisis diatas, dijelaskan bahwa nilai VIF pada penelitian ini <10, sehingga terbukti bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.11 Hasil Analisis Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.459	2.344		2.328	.022
	Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	-.081	.056	-.185	-1.436	.155
	Pemanfaatan Media Sosial (X2)	.010	.071	.019	.146	.884

a. Dependent Variable: absut

Sumber: Data SPSS yang diolah

Hasil tampilan output SPSS secara jelas menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas tunggal yaitu pengetahuan pemanfaatan media sosial dan kewirausahaan. Variabel-variabel ini secara statistik berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut Ut (Absu), variabel minat kewirausahaan. Dalam penelitian ini terdapat tingkat signifikansi lebih dari 0.50. Maka disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat,

Tabel 5 Hasil Analisis Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.840	3.501		3.667	.000
	Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	.269	.084	.279	3.198	.002
	Pemanfaatan Media Sosial (X2)	.667	.106	.549	6.280	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber : Data SPSS yang diolah

Berikut persamaan regresi berganda pada penelitian ini:

$$Y = 12,840 + 0,269X_1 + 0,667X_2$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 12,840 dikatakan bahwa tidak terdapat variabel Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan diasumsikan sama dengan 0, maka Minat Berwirausaha (Y) akan sebesar 12,840.
- 2) $B_1X_1 = 0,269$ jika variabel Pemanfaatan Media Sosial (X_1) naik sebesar satu satuan maka Minat Berwirausaha (Y) yang dicapai akan naik sebesar 0,269 satuan dengan asumsi Pengetahuan Kewirausahaan (konstan).
- 3) $B_2X_2 = 0,667$ jika variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) naik sejumlah satu satuan maka Minat Berwirausaha (Y) yang dicapai akan naik sejumlah 0,667 satuan dengan asumsi Pemanfaatan Media Sosial tetap (konstan).

Koefisien Determinasi (Adj. R Square)

Hasil pengujian penelitian ini yang di analisis menggunakan koefisien Determinasi (R Square) dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.553	.542	2.984

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Media Sosial (X_2), Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber : Data SPSS yang diolah

Dari tabel diatas disimpulkan bahwa 54,2% minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan, dan sisanya sebesar 45,8% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dapat saya jelaskan. Alasan digunakannya adjusted R^2 dalam penelitian ini adalah jumlah variabel independen yang disurvei adalah ≥ 2 .

Pengujian Hipotesis

Uji Secara Simultan (Uji F)

Tabel 4.14 Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	946.230	2	473.115	53.133	.000 ^a
	Residual	765.770	86	8.904		
	Total	1712.000	88			

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Media Sosial (X_2), Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber : Data SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, ditunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 53,133 > F_{tabel} sebesar 2,49 dengan tingkat signifikansi <0.05. Karena F_{hitung} > F_{tabel} , sehingga tabel keputusan H_0 ditolak dan H_a diterima. Singkatnya, secara simultan pemanfaatan media sosial dan pengetahuan tentang kewirausahaan dapat berdampak signifikan terhadap minat berwirausaha, dan hal tersebut dapat dibuktikan.

Uji Secara Parsial (Uji t)

Tabel 4.15 Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.840	3.501		3.667	.000
	Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	.269	.084	.279	3.198	.002
	Pemanfaatan Media Sosial (X2)	.667	.106	.549	6.280	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber : Data SPSS yang diolah

Pengujian hipotesis kedua mengenai pengaruh Pemanfaatan Media Sosial (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hasil uji statistik menggunakan uji t, dengan Nilai t_{hitung} Pemanfaatan Media Sosial (X1) adalah 3,198 > t_{tabel} 1,676 pada tingkat signifikansi 0,002 < 0.05, yang artinya keputusan terhadap H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha (Y) dan dapat dibuktikan.

Pengujian hipotesis ketiga mengenai variabel pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X₂) terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hasil uji statistik menggunakan uji t, dengan Nilai t_{hitung} Pengetahuan Kewirausahaan adalah 6,280 > t_{tabel} 1,676 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0.05, yang artinya keputusan terhadap H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan disimpulkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) dapat dibuktikan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, maka dapat disampaikan implikasi hasil pengujian sebagai berikut:

a. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian membuktikan bahwa pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut berarti bahwa hubungan korelasi positif adalah bahwa penggunaan media sosial yang tinggi menyebabkan minat wirausaha juga tinggi, begitupun sebaliknya. Jadi, mahasiswa yang dapat memanfaatkan media sosial secara baik, maka minat berwirausaha akan lebih besar. Jadi media sosial sendiri

memiliki pengaruh yang cukup besar dalam merubah pola pikir generasi muda untuk berwirausaha, karena dapat memperkecil resiko dari kegagalan itu sendiri.

Demikian pula dengan pengetahuan kewirausahaan, semakin tinggi pengetahuan seseorang terhadap berwirausaha, maka semakin besar pula minat berwirausaha. Begitupun sebaliknya. siswa dengan kekayaan pengetahuan kewirausahaan akan dapat mengembangkan rencana bisnis dan menjadi lebih tertarik untuk berwirausaha. Teori dan praktek perencanaan bisnis dapat menjadi bekal mahasiswa untuk mempersiapkan diri dalam berbisnis, sehingga timbul minat yang lebih besar dalam menjalankan usaha tersebut. Hal ini tidak hanya dapat mengasah kreatifitas dan inovasi mahasiswa dalam berwirausaha, tetapi juga berdampak positif dengan menumbuhkan semangat kemandirian. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Alfaruk (2017).

b. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Pemanfaatan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik mahasiswa memanfaatkan media sosial maka dapat memberikan sebuah pengaruh yang nyata terhadap minat pada mahasiswa untuk melakukan wirausaha. Hal ini didukung hasil jawaban responden bahwa pemanfaatan media sosial sudah digunakan dengan baik oleh mahasiswa. dan mahasiswa yang dapat memanfaatkan media sosial secara baik, maka minat berwirausaha akan lebih besar. Jadi pengaruh dalam ber media sosial dapat merubah pola pikir generasi muda untuk berwirausaha, karena dapat memperkecil resiko dari kegagalan itu sendiri.

c. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Dengan adanya minat yang tinggi mengenai pentingnya pembelajaran kewirausahaan, maka pengetahuan bisnis mahasiswa akan tinggi sehingga mempraktikkan bisnis untuk berwirausaha sebagai bekal kemandirian. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan kewirausahaan, mampu menciptakan inovasi produk yang disukai konsumen, dengan bekal pengetahuan yang dimiliki mahasiswa dapat mendorong menguji kemampuan dalam berwirausaha, mampu mendorong mahasiswa untuk meningkatkan daya kreativitasnya, mampu mendorong mahasiswa untuk menguji kemampuan dalam berwirausaha, dapat melatih mahasiswa dalam mengambil keputusan. Dengan ber bekal pengetahuan kewirausahaan, nantinya mahasiswa bisa menjadi pengusaha yang memiliki sikap percaya diri dalam menjalankan bisnis yang dijalankannya. Ketika seseorang mendapat ilmu pengetahuan mengenai sesuatu, tentunya mahasiswa kemudian akan memiliki sebuah ketertarikan untuk melakukannya. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Leres (2018).

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan berupa :

1. Variabel pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Islam Malang
2. Variabel pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Islam Malang
3. Variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Islam Malang

Saran

1. Program Mata Kuliah Kewirausahaan diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dapat meningkatkan kreatifitas mahasiswa dan kemampuan dalam menghadapi perubahan secara cepat, serta mampu menghadapi serangkaian resiko dalam berwirausaha sehingga mahasiswa diharapkan mampu mengatasi situasi sulit pada saat akan memulai wirausaha.
2. Mata kuliah kewirausahaan yang diajarkan diharapkan untuk dapat mencakup pengajaran tentang bagaimana trik-trik promosi di media sosial dan bagaimana cara untuk membuat promosi yang menarik dan inovatif di media sosial.
3. Program mata kuliah kewirausahaan diharapkan dapat memberi apresiasi kepada mahasiswa yang akan memulai berwirausaha.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini, bisa dengan cara menambahkan faktor yang lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha, karena faktor pemanfaatan media sosial, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh 54,2%, jadi masih ada 45,8% faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha selain variabel pada penelitian ini. Dan dapat menganalisis faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap minat berwirausaha seperti modal, endorsment, kreativitas kewirausahaan, pendidikan kewirausahaan, kecerdasan emosional dan lain-lain.

Daftar Pustaka

- Alfaruk, M. H. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 164. <https://doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172>
- Cahyono, A. S. (2016). *Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. 140–157.
- Indonesia, K. P. R. (2021). *Industri 4.0 Wujudkan Indonesia Jadi Top 10 Ekonomi*

-
- Global Tahun 2030.* [Kemenperin.go.id](https://kemenperin.go.id).
<https://kemenperin.go.id/artikel/22466/Industri-4.0-Wujudkan-Indonesia-Jadi-Top-10-Ekonomi-Global-Tahun-2030>
- Indoworo, H. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika Upgris*, 2(1), 45–55.
<https://doi.org/10.26877/jiu.v2i1.1067>
- Leres, T. C. P. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Minat Berwirausaha Terhadap Motivasi Untuk Menjadi Young Entrepreneur Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam-UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO*, 2(7), 38–42.
- Puspitaningsih, F. (2014). *PENGARUH EFIKASI DIRI DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MELALUI MOTIVASI*. Vol. 2. No, 224–236.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203.
<https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Riyanto, G. P. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. [kompas.com](https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta).
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Rachmawati, Putri Septianita. (2020). Kewirausahaan Berbasis Soft Skills dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Sikap Entrepreneurship Mahasiswa di Malang
- RI, K. K. dan U. (2020). *KEMENKOP DAN UKM BERHARAP LULUSAN PERGURUAN TINGGI DITUNTUT BERKARYA KREATIF DAN INOVATIF*. kemenkopukm.go.id.
<https://kemenkopukm.go.id/read/kemenkop-dan-ukm-berharap-lulusan-perguruan-tinggi-dituntut-berkarya-kreatif-dan-inovatif>
- Susanto,Reo. 2008. Pengaruh Attractiveness, Trustworthiness, Expertise, dan Power Model Iklan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen.(Skripsi yang tidak dipublikasikan).Koleksi Skripsi Manajemen.Pojok BEI.Yogyakarta : Fakultas Ekonomi USD

Nurul Yunia Sari*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

M. Ridwan Basalamah**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Restu Millanintyas***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma