

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM IAIN LANGSA TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA**

Oleh:

**PUTRI ASMANUL HUSNA
NIM 4012014134**

Jurusan/Program Studi
PERBANKAN SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
LANGSA
2021**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM IAIN LANGSA TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA**

Oleh :

PUTRI ASMANUL HUSNA

NIM : 4012014134

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, 18 Oktober 2020

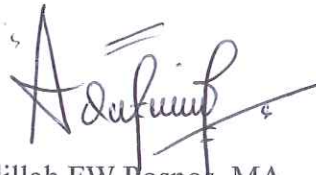
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr. Safwan Kamal, M.A
NIDN. 2018059002

Pembimbing II



Ade Fadillah FW Pospos, MA
NIP. 198804072019032010

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah




Fakhrizal Bin Mustafa, MA
NIP. 198502182018011001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN LANGSA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA”** an. Putri Asmanul Husna, NIM 4012014134 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 18 Februari 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE.) pada Program Studi Perbankan Syariah.

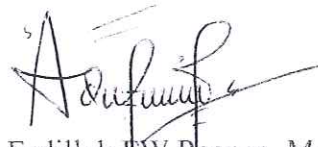
Langsa, 18 Februari 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I



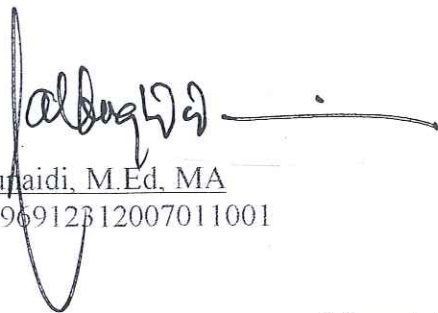
Safwan Kamal, M.E.I
NIDN. 2018059002

Penguji II



Ade Fadillah FW Pospos, MA
NIP. 198804072019032010

Penguji III



Drs. Jufaidi, M.Ed, MA
NIP. 196912312007011001

Penguji IV



Nanda Safarida, ME
NIP. 198311122019032005

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Dr. Iskandar Budiman, MCL
NIP. 196506161995031002

SURAT PERNYATAAN

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Asmanul Husna

NIM : 4012014134

Tempat/Tgl. Lahir : 18 Oktober 1996

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Gp. Jawa Baru, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN LANGSA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 21 Januari 2021
Yang membuat pernyataan



Putri Asmanul Husna

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 77 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan analisis koefisien determinasi. Dari analisis data diketahui bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, dimana dari uji t diperoleh nilai $t \text{ sig. } 0,010 < 0,05$. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, dimana dari uji t diperoleh nilai $t \text{ sig. } 0,016 < 0,05$. Media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, dimana dari uji F diperoleh nilai $F \text{ sig. } 0,007 < 0,05$.

Kata Kunci: Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of social media and entrepreneurial knowledge on the entrepreneurial interest of students of the Islamic Business and Economics Faculty of IAIN Langsa. The sample in this study amounted to 77 respondents. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis, t test, F test, and analysis of the coefficient of determination. From the data analysis, it is known that social media has a positive and significant effect on the entrepreneurial interest of students of the IAIN Langsa Faculty of Economics and Islamic Business, where the t-test values t sig. $0.010 < 0.05$. Entrepreneurial knowledge has a positive and significant effect on student interest in entrepreneurship at the Islamic Business and Economics Faculty of IAIN Langsa, where the t-test value is obtained. $0.016 < 0.05$. Social media and entrepreneurial knowledge simultaneously have a positive and significant effect on the entrepreneurial interest of students of the IAIN Langsa Faculty of Economics and Islamic Business, where the F test shows the F sig value. $0.007 < 0.05$.

Keywords: Social Media, Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Interests

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan pertolongannya di hari kiamat.

Skripsi ini berjudul “Pengetahuan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa terhadap Minat Berwirausaha”. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak tidak bisa menyelesaikan penelitian ini. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA, selaku Rektor pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
2. Bapak Iskandar Budiman, M.CI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
3. Bapak Drs. Junaidi, M.Ed, MA selaku pembimbing pertama dan Ibu Ade Fadillah FW Pospos, MA selaku pembimbing kedua yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran yang sangat berharga bagi penulis.
4. Dosen dan staff pengajar serta seluruh karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.

5. Teristimewa untuk Ayahanda (Dodi Suhendry) dan Ibunda tercinta (Sri Safrida) yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang.
6. Semua pihak yang membantu penulis selama ini, terutama dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Langsa, 18 Februari 2021
Penulis,

Putri Asmanul Husna

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Transliterasi berfungsi untuk memudahkan penulis dalam memindahkan bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia. Pedoman transliterasi harus konsisten dari awal penulisan sebuah karya ilmiah sampai akhir. Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini disesuaikan dengan penulisan transliterasi Arab-Latin mengacu kepada keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI tahun 1987 Nomor: 158 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/u1987, sebagai berikut:

No	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
1	ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
2	ب	Ba	B	Be
3	ت	Ta	T	Te
4	ث	Sa	Ś	Es (dengan titik di atas)
5	ج	Jim	J	Je
6	ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
7	خ	Kha	Kh	Ka dan ha
8	د	Dal	D	De
9	ذ	Dzal	Z	Zet
10	ر	Ra	R	Er
11	ز	Zai	Z	Zet
12	س	Sin	S	Es
13	ش	Syin	Sy	Es dan ye
14	ص	Shad	Sh	Es dan ha
15	ض	Dhad	Dh	De dan ha
16	ط	Tha	Th	Te dan ha
17	ظ	Zhaa	Zh	Zet dan hà
18	ع	'ain	,	Koma terbalik di atas

19	غ	Ghain	Gh	Ge dan ha
20	ف	Fa	F	Ef
21	ق	Qaf	Q	Ki
22	ك	Kaf	K	Ka
23	ل	Lam	L	El
24	م	Min	M	Em
25	ن	Nun	N	En
26	و	Waw	W	We
27	ه	Ha	H	Ha
28	ء	Hamzah	'	Apostref
29	ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal rangkap atau diftong bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dengan huruf, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan gabungan huruf sebagai berikut:
 - a. Vokal rangkap (أَوْ) dilambangkan dengan gabungan huruf *aw*, misalnya: *al-yawm*.
 - b. Vokal rangkap (أَيُّ) dilambangkan dengan gabungan huruf *ay*, misalnya: *al-bayt*.
3. Vokal panjang atau maddah bahasa Arab yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf dan tanda *macron* (coretan horisontal) di atasnya, misalnya (الْفَاتِحَةُ = *al-fāṭihah*), (الْعُلُومُ = *al-'ulūm*) dan (قِيمَةٌ = *qīmah*).
4. Syaddah atau tasydid yang dilambangkan dengan tanda syaddah atau tasydid, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang bertanda syaddah itu, misalnya (حَدُّ = *haddun*), (سَدُّ = *saddun*), (طَيِّبٌ = *tayyib*).

5. Kata sandang dalam bahasa Arab yang dilambangkan dengan huruf alif-lam, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf “al”, terpisah dari kata yang mengikuti dan diberi tanda hubung, misalnya (الْبَيْت = *al-bayt*), (السَّمَاء = *al-samā'*).
6. *Tā' marbū'ah* mati atau yang dibaca seperti ber-*harakat sukun*, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf “h”, sedangkan *tā' marbū'ah* yang hidup dilambangkan dengan huruf “t”, misalnya (رُوَيْهٖ الْهَيْلَال = *ru'yah al-hilāl* atau *ru'yatul hilāl*).
7. Tanda apostrof (') sebagai transliterasi huruf hamzah hanya berlaku untuk yang terletak di tengah atau di akhir kata, misalnya (رُوَيْهٖ = *ru'yah*), (فُقَهَاء = *fuqahā'*).

DAFTAR ISI

	Hal
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
TRANSLITERASI	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	6
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Penjelasan Istilah	9
1.7. Sistematika Pembahasan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Konsep Pengetahuan Wirausaha	12
2.2. Penggunaan Media Sosial	20
2.3. Bisnis Online	24
2.4. Minat Berwirausaha	25
2.5. Penelitian yang Relevan	33
2.6. Kerangka Teoritis	37
2.7. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian	39
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.3. Data Penelitian	39
3.4. Populasi dan Sampel	40
3.5. Teknik Pengumpulan Data	41
3.6. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	43
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.7. Metode Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Gambaran Umum IAIN Langsa	51

4.1.1	Sejarah IAIN Langsa	51
4.1.2	Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa	53
4.2.	Karakteristik Responden	55
4.3.	Identifikasi Variabel Penelitian	56
4.3.1	Jawaban Responden pada Variabel Media Sosial	56
4.3.2	Jawaban Responden pada Variabel Pengetahuan Kewirausahaan	57
4.3.3	Jawaban Responden pada Variabel Minat Berwirausaha	58
4.4.	Hasil Uji Validitas	59
4.4.1	Uji Validitas Media Sosial	59
4.4.2	Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan	60
4.4.3	Uji Validitas Minat Berwirausaha	60
4.5.	Hasil Uji Reliabilitas	61
4.6.	Hasil Uji Asumsi Klasik	61
4.6.1	Uji Normalitas	61
4.6.2	Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.6.3	Uji Uji Autokorelasi.....	63
4.6.4	Uji Multikolinieritas.....	64
4.7.	Pembahasan	64
4.7.1	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
4.7.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
4.7.3	Pembuktian Hipotesis	66
BAB V	PENUTUP	69
5.1.	Kesimpulan	69
5.2.	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel	
3.1 Skala Likert	43
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2 Responden Berdasarkan Umur	55
4.4 Tanggapan Responden pada Variabel Media Sosial	56
4.4 Tanggapan Responden pada Variabel Pengetahuan Kewirausahaan	57
4.5 Tanggapan Responden pada Variabel Minat Berwirausaha	58
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial	59
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Kewirausahaan	60
4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha	60
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	61
4.10 Hasil Uji Autokorelasi	63
4.11 Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	64
4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	65
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66
4.14 Hasil Uji t	66
4.15 Hasil Uji F	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
4.1 Normal Probability Plot	61
4.2 Grafik Histogram	62
4.3 Scatter Plot	63

DAFTAR LAMPIRAN

		Hal
Lampiran		
1	Kuesioner	73
2	Skor Kuesioner	76
3	Analisis Regresi Linier Berganda	78

BAB I

PENDAHULUAN

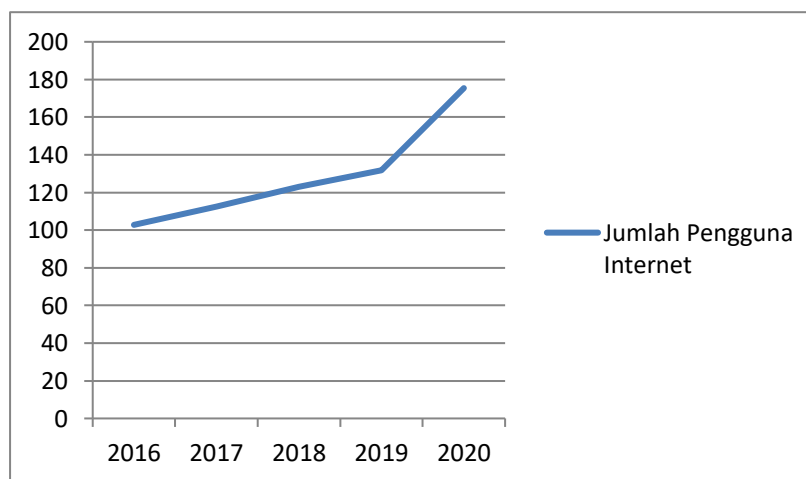
1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digitalisasi saat ini segala sesuatu berkaitan dengan internet. Mulai dari bermain, belajar, membaca, mengikuti berita terbaru, bersosialisasi, hingga berjualan produkpun bisa melalui internet. Hampir semua aktivitas sehari-hari tidak luput dari penggunaan internet. Internet merupakan salah satu kemajuan dibidang teknologi komunikasi yang tumbuh begitu pesatnya. Internet dapat memberikan kemudahan komunikasi serta memudahkan kepentingan-kepentingan tertentu. Sudah bukan rahasia lagi bahwa masyarakat sekarang sudah sangat bergantung pada teknologi yang bernama internet. Jaringan internet merupakan jaringan komputer yang mampu menghubungkan komputer di seluruh dunia, sehingga informasi dalam berbagai jenis dan dalam berbagai bentuk dapat dikomunikasikan antar belahan dunia secara instan dan global. Kehadiran internet telah memberikan perubahan secara revolusioner terhadap cara hidup dan aktivitas manusia sehari-hari. Melalui internet, setiap orang dapat mengakses ke dunia global untuk memperoleh berbagai informasi yang mereka butuhkan dalam segala kebutuhan sehari-harinya.¹

Beberapa tahun belakangan ini pengguna internet semakin banyak. Data terbaru adalah pada pertengahan tahun 2020, dimana jumlah pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai 4,2 milyar lebih orang atau lebih 60 persen dari jumlah penduduk di seluruh dunia. Mereka menggunakan internet untuk

¹ Eko, Listiyono. <http://ekolistiyono.my.id>, diakses 1 Mei 2019 . "Pengaruh Media Sosial Bagi Dunia Remaja." Harianti. 2013.

keperluan-keperluan tertentu. Di negara Indonesia sendiri, penggunaan dan pengembangan internet telah meningkat begitu pesat. Internet menjadi suatu trend yang berkembang sangat cepat. Pada tahun 2016 pengguna internet di Indonesia 102,8 juta orang, pada tahun 2017 sebanyak 112,6 juta orang, pada tahun 2018 sebanyak 123 juta orang, pada tahun 2019 sebanyak 131,7 juta orang. Total pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta orang per Agustus 2020 atau sekitar 67,4 persen dari jumlah penduduk Indonesia.



Sementara itu Indonesia juga masuk sebagai pengguna perangkat mobile tertinggi yaitu sebanyak 48 persen dari jumlah total penduduk, diikuti oleh Thailand dan Singapura. Indonesia merupakan negara kelima terbesar pengguna social media di bawah Inggris dan negara besar lainnya.² Banyaknya pengguna social media memang merupakan suatu fenomena tersendiri di era digital. Setiap orang selalu ingin terhubung satu sama lain. Peran social media semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis.³

² Wijatno, *Serian Pengantar Entrepreneurship* (Jakarta Grasindo, 2009), h. 76

³ Data Jumlah Pengguna Media Sosial Di Indonesia." <http://harianti.com>, diakses 1 Mei 2018.

Ditengah maraknya pengguna internet dari tahun ke tahun, semakin banyak pula bisnis yang telah dirintis melalui media sosial, baik itu melalui Blog, Twiter, Instagram, KasKus, Facebook, You Tube maupun melalui fitur-fitur di smartphone seperti Blackberry Messenger (BBM) dan Whats App (WA). Hal ini tentu memberikan kesempatan bagi pemasaran elektronik (sebagai fenomena baru didunia pemasaran) untuk bertumbuh secara dinamis. Selain itu dapat dijadikan sebagai peluang yang bagus bagi wirausahawan kedepannya guna menggali potensi berwirausaha melalui media sosial. Dengan adanya kemajuan teknologi yang membantu manusia untuk melakukan kegiatan menjadi lebih mudah, salah satu terobosan yang mungkin digunakan adalah pemasaran melaluimedia internet. Pemasaran melalui internet memberikan biaya yang rendah karena hanya mengeluarkan biaya koneksi kepada penyedia jasa layanan internet (*Internet Service Provider*) yang masuk dalam layanannya. Dengan internet, hubungan komunikasi antar manusia bisa tidak terbatas, masalah jarakpun tidak menjadi kendala. Internet dapat menjaring pembeli lebih luas lagi. Tidak ada lagi batasan waktu dan tempat.

Mahasiswa sebagai intelek muda yang sebagian besar sudah mengetahui dengan baik Informasi dan Teknologi (IT), harusnya dapat memanfaatkan peluang ini. Internet bukan hal baru di mata mahasiswa modern saat ini, saat butuh referensi atau literature guna mengerjakan tugas dari dosen, tidak bisa dipungkiri bahwa rujukan awalnya adalah mencari melalui internet. Banyak sekali fasilitas yang disediakan oleh pihak universitas untuk menunjang kebutuhan akan internet. Universitas-universitas besar seperti Universitas Institut Agama Islam Negeri

(IAIN) Langsa, telah tersedia hotspot area/ wi-fi di masing-masing unit gedung, misalnya di kelas, perpustakaan dan dikantinpun terdapat jaringan wi-fi. Dengan semakin banyaknya bisnis yang dapat dikembangkan melalui sosial media dan tersedianya fasilitas wifi secara gratis di area kampus IAIN langsa maka dapat menumbuhkan kewirausahaan mahasiswa secara online. Kerwirausahaan merupakan suatu kecenderungan untuk memusatkan perhatian dan ketertarikan terhadap wirausaha, perasaan senang terhadap wirausaha serta dorongan untuk berwirausaha.⁴

Salah satu cara untuk menumbuh kembangkan kewirausahaan dapat dimulai dari bangku kuliah. Perguruan tinggi memainkan peran fungsional dalam mempromosikan pendidikan kewirausahaan karena perguruan tinggi dianggap sebagai lembaga yang ideal dalam membentuk budaya dan aspirasi kewirausahaan dikalangan mahasiswa. Hal ini dimungkinkan karena dalam perguruan tinggi, para mahasiswa diajarkan cara berpikir dan berperilaku sebagai wirausaha. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa adalah salah satu perguruan tinggi yang membekali para mahasiswanya untuk menjadi wirausaha. Khususnya para mahasiswa di fakultas ekonomi dan bisnis Islam (FEBI) yang mendapatkan mata kuliah kewirausahaan, sejumlah aktifitas telah dilakukan pada mata kuliah ini, yaitu tentang mempelajari teori-teori kewirausahaan serta praktek kewirausahaan di lapangan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN langsa mempunyai beberapa prodi diantaranya adalah prodi Perbankan Syariah dengan jumlah mahasiswa yang paling besar diantara prodi dan jurusan lainnya di IAIN Langsa.

⁴ Wijatno, *Serian Pengantar Entrepreneurship,* h. 76

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan di kampus IAIN Langsa pada mahasiswa jurusan Perbankan Syariah terdapat sebagian mahasiswanya memiliki bisnis online penjualan baju, kosmetik, tas, sepatu dan lain-lain. Para mahasiswa tersebut melakukan bisnis atau usaha secara online dengan tujuan untuk mendapatkan uang tambahan selain itu juga untuk terbiasa hidup secara mandiri dengan penghasilan melalui usaha secara online lewat berbagai media sosial.

Selain penggunaan media sosial, kewirausahaan juga dipengaruhi oleh pengetahuan tentang kewirausahaan itu sendiri. Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan. Ada kemauan tapi tanpa kemampuan dan pengetahuan tidak akan membuat wirausahawan itu menjadi sukses, sebaliknya memiliki pengetahuan dan kemampuan tanpa didasari oleh kemauan yang kuat tidak akan mengantarkan wirausaha itu juga pada kesuksesan.

Ditambah oleh Alma bahwa “bakat seseorang wirausaha akan bertambah dan berkembang berkat pengetahuan” Berdasarkan di atas dapat dilihat bahwa untuk menumbuhkan minat berwirausaha juga memerlukan pengetahuan kewirausahaan, sebab dengan bekal pengetahuan yang cukup mereka akan bisa menjalankan usahanya dengan baik.⁵ Upaya yang sama coba dilakukan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa untuk meningkatkan penguasaan pengetahuan bagi mahasiswa jurusan Perbankan Syariah maka kampus memberikan mata kuliah tentang kewirausahaan kepada mahasiswa sebanyak 2

⁵ Alma, Buchari. *Kewirausahaan Edisi Revisi Cetakan Delapanbelas*. (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 125

sks dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang kewirausahaan dan dapat dilanjutkan penerapannya dalam menunjang perekonomian mahasiswa secara individu ke depannya.

Namun pada kenyataannya hanya sedikit mahasiswa mengingat penguasaan pengetahuan kewirausahaan. Mahasiswa Perbankan IAIN Langsa dirasakan masih sangat kurang dalam berwirausaha, hal ini dilihat dari tidak ada perubahan pola pikir mahasiswa tentang kewirausahaan setelah mendapatkan mata kuliah Kewirausahaan di kampus. Sebagaimana data yang akan dipaparkan di bawah ini.

Tabel 1.1 Pemahaman Mahasiswa Tentang Wirausaha Pada Mahasiswa Semester V Unit 3

No	Pertanyaan	Mahasiswa Perbankan Angkatan 2017	Mahasiswa Perbankan Angkatan 2018
1	Memahami pengetahuan kewirausahaan dengan baik	7	10
2	Berminat dengan serius mempraktikkan teori tentang wirausaha dari mata kuliah kewirausahaan	8	10
3	Memiliki usaha sendiri	4	6
Total Observer		19	26

Tabel 1.1. memberikan keterangan bahwa masih sedikit mahasiswa yang memiliki wirausaha sendiri, yaitu pada angkatan 2017 sebanyak 21,05% dan angkatan 2018 sebanyak 23,07%. Hal ini menunjukkan masih rendahnya minat

mahasiswa untuk mempraktikkan teori-teori tentang kewirausahaan yang diperoleh dari mata kuliah kewirausahaan. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Langsa terhadap Minat Berwirausaha".

1.2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti hanya membatasi penelitiannya pada tiga variabel saja yaitu media sosial (X_1), pengetahuan kewirausahaan (X_2) dan minat berwirausaha (Y), di IAIN Langsa tahun 2019.

1.3. Rumusan Masalah

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa?
2. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa?
3. Apakah media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah, maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Ilmiah

Manfaat Akademis dari penelitian ini adalah sebagai acuan bagi peneliti berikutnya yang akan membahas mengenai pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa, baik menggunakan kuantitatif atau kualitatif. Selain itu juga, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dan khazanah bagi perkembangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya dalam penelitian tentang media sosial serta kajian terhadap perspektif Islam.

2. Kegunaan Praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan media sosial yang ingin melihat sebagaimana besarnya pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Serta peneliti juga mengharapkan agar pihak-pihak tersebut menggunakan komunikasi yang lebih efektif dan objektif dalam menyampaikan pesannya kepada khalayak ramai. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat

memberikan masukan kepada pihak mahasiswa IAIN Langsa terkhusus pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mengenai kewirausahaan melalui media sosial.

3. Kegunaan Akademik

Penelitian ini sebagai wujud Tri Darma Perguruan Tinggi di IAIN Langsa khususnya Program Studi Perbankan Syariah fakultas ekonomi bisnis Islam sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bahan kebijakan institusi dalam menghadapi tantangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus berkembang.

1.6. Penjelasan Istilah

1. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wikipedia, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wikipedia.⁶

2. Pengetahuan Wirausaha

Difinisi pengetahuan telah dijabarkan jelas oleh beberapa ahli, kemudian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah segala sesuatu hal yang dapat diketahui, dipahami dan diperoleh dari hasil pengamatan melalui indera dan pengalaman. Pengetahuan kewirausahaan didefinisikan sebagai pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif, dan

⁶ Gusti Ngurah Aditya Lesmana, *Tesis: Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT. XL AXIATA)*, (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia). H. 10-11

inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat atau konsumennya.⁷

3. Kewirausahaan

Kegiatan yang diminati seseorang harus diperhatikan terus menerus yang disertai dengan rasa senang sehingga diperoleh kepuasan, minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Faktor yang mempengaruhi tumbuhnya keputusan untuk berwirausaha merupakan hasil interaksi dari beberapa faktor yaitu karakter kepribadian seseorang dan lingkungannya.⁸

1.6.Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini akan disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri atas 5 bab, yaitu:

Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II : Kajian Teoritis

Bab ini membahas mengenai teori tentang media sosial, kajian teori tentang pengetahuan wirausaha, kewirausahaan, kajian terdahulu, dan hipotesis

⁷ Kuntowicaksono. (2012). *“Pengaruh Pengetahuan Wirausaha dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan”*. Journal of Economic Education. 1, (1), ISSN 2301-7341. h. 46

⁸ Alma, Buchari. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*, (Bandung : Alfabeta, 2011), h.98

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisi penjelasan mengenai pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang didalamnya terdapat gambaran umum IAIN Langsa, deskripsi data penelitian, dan hasil penelitian.

Bab V : Penutup

Bab ini memaparkan kesimpulan, dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

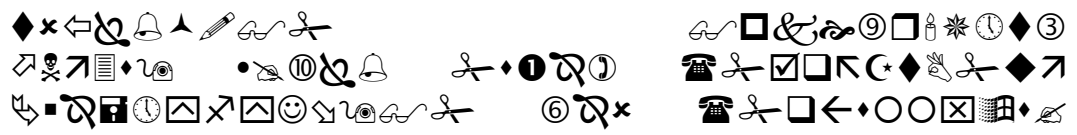
2.1 Konsep Pengetahuan Wirausaha

1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan (*knowledge*) dalam kehidupan manusia sehari-hari sering diartikan sebagai usaha untuk mengetahui keadaan atau gejala yang ada di sekitarnya. Rasa ingin tahu ini mendorong manusia untuk mendapatkan penjelasan atau informasi mengenai keadaan atau gejala tersebut. Menurut Ngatimin, pengetahuan adalah ingatan atas bahan-bahan yang telah di pelajari dan mengingat kembali sekumpulan bahanyang lebih luas. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui, kepandaian, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran).⁹

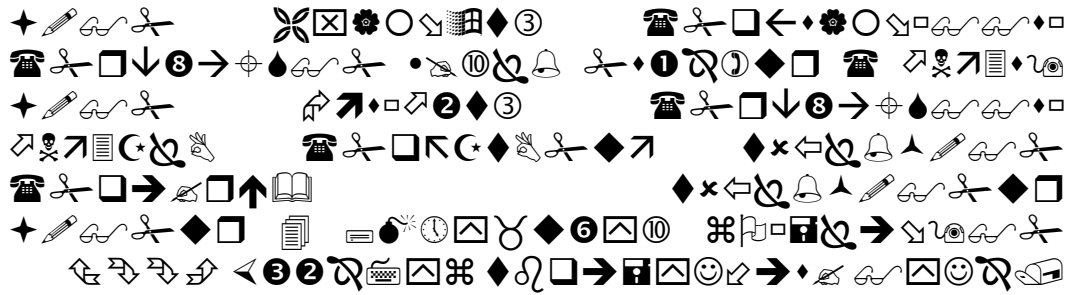
Menurut Kerlinger dan Lee mengemukakan bahwa pengetahuan adalah sesuatu yang diperoleh manusia berdasarkan metode ilmiah sehingga pengetahuan yang diperoleh membentuk konsep mengenai sesuatu yang dikenal dengan istilah ilmu pengetahuan.¹⁰

Pengetahuan tidak jauh hubungannya dengan ilmu. Seperti yang di jelaskan dalam QS. Al-Mujadalah ayat 11 berikut :



⁹ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2006, h. 1181.

¹⁰ Kerlinger, Fred N. & Howard B. Lee, *Foundations of Behavioral Research*. 4th Edition. (Florida: Harcourt Inc, 2000), p. 12



Artinya : “Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majlis”, Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Q.S. Al-Mujadila : 11

¹¹Ayat ini menunjukkan keutamaan ahli ilmu. Bahwa orang-orang yang beriman dan berilmu akan ditinggikan derajatnya oleh Allah. Syaikh Wahbah Az Zuhaili dalam *Tafsir Al Munir* menjelaskan, tingginya derajat itu akan didapatkan oleh orang-orang yang berilmu baik di dunia maupun di akhirat. Jadi pengetahuan adalah hasil dari kepekaan penginderaan terhadap suatu obyek atau informasi yang telah di dapat, bisa melalui pelajaran atau lingkungan sekitar. Dan pengetahuan sebagian besar diperoleh melalui mata dan telinga.

2.2. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Adapun usaha berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Dengan demikian, wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu.¹² Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari

¹¹ 1-Quran Terjemahan. 2015. Departemen Agama RI. Bandung: CV Darus. Sunnah.

¹² A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2005), h. 45.

tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. Kewirausahaan adalah orang-orang yang mempunyai insting (semangat, jiwa, nalar, intuisi, dan kompetensi), untuk berbisnis, *risk taker* (mengambil resiko), berani berinvestasi, berani rugi dalam memperoleh keuntungan dan berani melakukan perubahan dengan cepat dan besar (bila memang dibutuhkan) untuk menciptakan kemajuan setiap saat. Proses kewirausahaan menuntut kemauan seorang usahawan untuk mengambil resiko dengan penuh perhitungan sehingga dapat mengatasi rintangan untuk mencapai kesuksesan yang diharapkan. Pada umumnya wirausahawan dapat menggunakan kecerdikannya untuk memanfaatkan sumberdaya yang terbatas.¹³

Peter F. Drucker dalam Rintan Saragih mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sementara menurut Zimmerer mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha). Salim Siagian mendefinisikan bahwa kewirausahaan adalah semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan/masyarakat, dengan selalu berusaha mencari dan melayani pelanggan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil resiko,

¹³ Hazirah Amalia Ayuningtias Dan Sanny Ekawati, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara*", Dalam Jurnal Ekonomi, Bandung, Universitas Tarumanegara, Volume XX No. 01, h. 50.

kreativitas dan inovasi serta kemampuan manajemen.¹⁴

Berkewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis manajemen pengambilan resiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang, dan bahan-bahan baku atau sumber daya yang lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik.¹⁵

Adanya beberapa definisi tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*) menunjukkan bahwa belum adanya terminologi yang persis sama tentang kewirausahaan, akan tetapi pada umumnya memiliki hakikat yang hampir sama, yaitu menunjuk kepada sifat, watak dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh.¹⁶ Dan esensi dari kewirausahaan itu sendiri adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses kombinasi sumber daya dengan cara baru dan berbeda. Jadi pengertian kewirausahaan secara luas yaitu suatu disiplin ilmu yang dapat dipelajari oleh seseorang tentang kemampuan pola pikir yang kreativitas, inovasi, dan cara memperoleh peluang.

Ciri-ciri umum kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti, jiwa, watak, dan perilaku seseorang. Ciri-ciri tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut :

¹⁴ Rintan Saragih, *Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial*, Jurnal Kewirausahaan, Vol 3, No 2, 2017.

¹⁵ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan, teori, praktik, dan kasus-kasus edisi 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 41-42.

¹⁶ Wikanso, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Stkip Pgri Ngawi", dalam Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi, Vol. XI No.1, Juni 2013, h. 5.

- 1) Penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin dan bertanggung jawab
- 2) Memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak dan aktif
- 3) Memiliki motif berprestasi, indikatornya berorientasi pada hasil dan wawasan kedepan
- 4) Memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak
- 5) Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan, dan menyukai tantangan.

3. Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha. Ada tiga faktor yang mempengaruhi seseorang tertarik dan menekuni dunia kewirausahaan (*triggering event*) yaitu faktor personal, faktor *environment* dan faktor *sociological*. Adanya sumber-sumber yang dapat dimanfaatkan, pelatihan, dan seminar bisnis dapat mendorong seseorang untuk berwirausaha. Selain itu, pengetahuan kewirausahaan merupakan hasil dari proses belajar yang dialaminya. Ada 3 indikator yang mempengaruhi dari pengetahuan kewirausahaan yaitu:¹⁷

¹⁷ A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2005), h. 45.

- a. Pengetahuan dasar kewirausahaan, minat berusaha perlu diwujudkan oleh adanya informasi untuk menemukan atau menciptakan peluang bisnis sehingga membantu mewujudkan usaha mereka.
- b. Pengetahuan ide dan peluang usaha, pembentukan minat berusaha dalam menghasilkan suatu usaha memerlukan adanya pemikiran atau hal-hal baru yang terstruktur.
- c. Pengetahuan tentang aspek-aspek usaha, informasi yang ada akan menciptakan suatu proses melalui berbagai hambatan serta resiko yang akan dilalui untuk mewujudkan usaha mereka.

Untuk berkembang dan sukses, modal kemauan dan kemampuan (*skill*) saja tidak cukup, tetapi harus dilengkapi dengan pengetahuan. Beberapa pengetahuan dasar yang harus dimiliki diantaranya yaitu :¹⁸

1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis.
2. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab.
3. Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri.
4. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

Pendidikan bertujuan meningkatkan kewirausahaan mahasiswa yaitu melalui sikap, pengetahuan dan keterampilan guna mengatasi kompleksitas yang tertanam dalam tugas-tugas kewirausahaan. Bahkan pendidikan meningkatkan keberhasilan kewirausahaan mahasiswa melalui penyediaan pengalaman, penguasaan, model peran, dan pengembangan rencana bisnis, dan menjalankan usaha kecil atau simulasi nyata. Sikap adalah salah satu istilah dalam bidang

¹⁸ *Ibid*

psikologi yang berhubungan dengan persepsi dan tingkah laku. Menurut Saefudin Azwar, sikap adalah salah satu unsur kepribadian yang harus dimiliki seseorang untuk menentukan tindakannya dan bertingkah laku terhadap suatu objek disertai dengan perasaan positif dan negatif.¹⁹ Disamping pengetahuan yang mantap seorang *entrepreneur* harus memiliki keterampilan yang cukup. Beberapa keterampilan yang perlu dimiliki itu di antaranya, keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah, keterampilan dalam memimpin dan mengelola keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi, dan keterampilan teknik dalam bidang usaha yang dilakukan. Jadi pengetahuan kewirausahaan adalah segala bentuk informasi dari hasil proses belajar yang dialaminya yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang carabekerusaaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha.

Ada beberapa peran dan fungsi keberadaan atau pengaruh ilmu kewirausahaan dalam mendukung arah pengembangan wirausahawan, yaitu antara lain:²⁰

- a. Mampu memberi pengaruh semangat atau motivasi pada diri seseorang untuk bisa melakukan sesuatu yang selama ini sulit untuk ia wujudkan namun menjadi kenyataan

¹⁹ Yayat Suharyat, "Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia", dalam Jurnal REGION. Volume I. No. 2, Juni 2009, h. 3.

²⁰ Wikanso, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Stkip PGRI Ngawi", dalam Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi, Vol. XI No.1, Juni 2013, h. 5.

- b. Ilmu kewirausahaan memiliki peran dan fungsi untuk mengarahkan seseorang bekerja secara lebih teratur seriat sistematis dan juga terfokus dalam mewujudkan mimpinya
- c. Mampu memberi inspirasi pada banyak orang bahwa setiap menemukan masalah maka disana ditemukan peluang bisnis untuk dikembangkan.
- d. Nilai positif yang tertinggi dari peran dan fungsi ilmu kewirausahaan pada saat dipraktekan oleh banyak orangmaka angka pengangguran akan terjadi penurunan. Dan ini bisa meringankan beban negara dalam usaha mnciptakan lapangan pekerjaan.²¹

4. Indikator Pengetahuan Wirausaha

Seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan sesuai dengan yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan/kegiatan. Adapun indikator pengetahuan kewirausahaan ialah:²²

1) Sikap dan perilaku Wirausahawan

Materi pokok pembelajaran untuk sikap dan perilaku Wirausahawan adalah sebagai berikut.

- a) Pengertian dan ruang lingkup wirausahawan.
- b) Karakteristik wirausaha.
- c) Kegagalan dan keberhasilan wirausahawan

2) Menganalisa peluang usaha.

3. ²¹ Irham Fahmi, *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi (cet 2)*, Bandung.:Alfabeta, h.

²² *Ibid*, h. 7

Materi pokok pembelajaran untuk menganalisa peluang usaha yang digunakan oleh adalah sebagai berikut:

- a) peluang dan resiko usaha
 - b) faktor-faktor keberhasilan dan kegagalan usaha
 - c) pemanfaatan peluang secara kreatif dan inovatif
 - d) pengembangan ide kreatif dan inovatif
- 3) Menganalisis aspek-aspek usaha

Materi pokok pembelajaran untuk menganalisis aspek-aspek usaha yang digunakan oleh adalah sebagai berikut:

- a) organisasi usaha dan produksi
- b) administrasi usaha
- c) pemasaran
- d) permodalan dan Pembiayaan usaha.

2.2.Penggunaan Media Sosial

Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller, merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

Pendapat lain diungkapkan oleh Shirky dalam Rulli Nasrullah, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan

kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Sedangkan menurut Boyd dalam Rulli Nasrullah menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Menurut Puntodi dalam Viny Putri Fauzi penggunaan atau pemanfaatan media sosial sebagai berikut :²³

- 1) Keunggulan membangun personal branding melalui social media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audiens lah yang akan menentukan. Berbagai media sosial dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di media sosial.
- 2) Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam.

Ma'ruf Abdullah menyatakan jika sebuah merek/produk akan diluncurkan, maka media sosial digunakan untuk menyebarkan informasi yang sifatnya membuat teman atau pengikutnya menjadi penasaran. Sekarang ini banyak situs-situs yang melakukan penjualan barang dan jasa lewat media sosial, salah satunya adalah menggunakan Instagram. Instagram menjadi sosial media

²³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), h. 11

yang banyak sekali peluang untuk berbisnis para penggunanya. Bisa dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran, melalui share foto-foto produk penjual, dan memiliki banyak follower Instagram memudahkan untuk konsumen melihat produk yang di jual dan dapat langsung memberi komentar dibawah foto yang diminati.²⁴

2.3.Indikator Media Sosial

Antony Mayfield dalam Irham Fahmi menyatakan indikator dari sebuah social media yaitu :²⁵

1. Partisipasi.

Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (feedback) dari setiap orang yang tertarik.

2. Keterbukaan.

Hampir semua pelayan social media terbuka untuk umpan balik (feed back) dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagi informasi.

3. Percakapan.

Komunikasi yang terjalin antara dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui social media tersebut.

4. Komunikasi.

²⁴ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Komunikasi Periklanan*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2016), h. 54.

²⁵ Irham Fahmi, *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi (cet 2)*, Bandung,:Alfabeta, h. 5.

Social media memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas saling berbagi minat yang sama, misalnya fotografi, isu-isu politik atau program televisi dan radio favorit.

5. Saling Terhubung.

Hampir semua social media berhasil pada saling keterhubung, membuat link pada situs-situs, sumber sumber lain dan orang-orang.

6. Keterampilan menggunakan media sosial.

Sosial media memberikan terobosan untuk merubah pola pikir dilingkungan mahasiswa fakultas ekonomi universitas muhammadiyah sidoarjo untuk berwirausaha bisa memperkecil resiko untuk gagal dan mempermudah untuk memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang lain dengan cara menggunakan internet. Dikarenakan peran sosial media semakin diakui dalam mendongkrak kinerja dalam dunia bisnis.²⁶

Menurut Kotler dan Armstorng internet merupakan suatu jaringan komputer yang dipakai oleh umum, yang menghubungkan berbagai macam pengguna dari seluruh tempat di dunia ke pengguna lainnya dan menjadi tempat yang luas sebagai penyedia informasi. Perkembangan teknologi informasi di Indonesia selalu berjalan dari masa ke masa. Sebagai negara yang sedang berkembang, Indonesia selalu mengikuti berbagai teknologi informasi hingga

²⁶ Eswanto Sugeng Rahayu, *Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa ...*.h. 65

akhirnya tiba di suatu masa di mana penggunaan internet mulai menjadi kebutuhan sehari-hari hampir seluruh kegiatan manusia.²⁷

Selain itu, menurut Laudon e-commerce merupakan proses pembelian dan penjualan produk dan jasa secara elektronik, meliputi transaksi menggunakan internet, network, dan teknologi digital yang lain. Menurut Turban arti dari e-commerce sendiri adalah proses pembelian, penjualan, transfer, atau penukaran produk, pelayanan dan atau melalui jaringan komputer, termasuk melalui internet. Dengan kata lain E-Commerce merupakan salah satu faktor pendorong untuk berwirausaha khususnya berbisnis online.²⁸

2.4. Bisnis Online

Online berarti segala aktivitas yang menggunakan internet dimana kita bias berkomunikasi atau berhubungan atau terkoneksi dengan banyak orang melalui dunia maya. Secara umum, sesuatu dikatakan online adalah bila terkoneksi/terhubung dalam suatu jaringan ataupun sistem yang lebih besar. Bisnis online didefinisikan sebagai kegiatan menjual barang / jasa untuk mendapatkan keuntungan melalui media internet. Namun menurut Wikipedia Bisnis Online atau yang disebut sebagai Perdagangan Elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. Edagang dapat melibatkan transfer data elektronik, pertukaran data elektronik, dan sistem pengumpulan data otomatis.²⁹

²⁷ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 306.

²⁸ *Ibid*

²⁹ *Ibid*, h. 307

Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-dagang ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), e-pemasaran (*emarketing*) atau pemasaran online (*online marketing*), pemrosesan transaksi online (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik (*electronic data interchange / EDI*) dan lain-lain.³⁰

Dari uraian maupun beberapa pendapat diatas sangat jelas bahwa di era metropolitan ini, jaringan serat kabel maupun gelombang suara sangat membantu bahkan menjadi solusi yang tepat, dimana tingkat kebutuhan manusia dapat diatasi lewat pesan singkat maupun transaksi secara online atau terkoneksi antara penjual dengan pembeli tanpa datang kelokasi maupun bertatapan wajah, bahkan dapat dilakukan pembayaran secara online.

2.5.Minat Berwirausaha

Berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atauberkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami. .³¹

1. Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha terdiri dari dua kata, yaitu minat dan berwirausaha. Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan

³⁰ *Ibid*

³¹ Utin Nina Hermina, dkk, *Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha Pada Program Studi Admnistrasi Bisnis Poli Teknik Negeri Pontianak*, (Jurnal Eksos, 2011), h. 138.

suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri. Dalam jurnal yang ditulis oleh Yeti, “Minat adalah seperangkat mental yang terdiri dari campuran perasaan, harapan, pendirian, kecenderungan yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu”³²

Slameto menyatakan bahwa, “minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh”³³ Sementara Syaiful Bahri Djamarah mendefinisikan “minat sebagai kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas”³⁴

Minat berwirausaha seseorang dapat dilihat dari dua indikator utama yaitu seberapa kuat upaya seseorang untuk berani mencoba melakukan aktivitas kewirausahaan dan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan aktivitas kewirausahaan (seperti aktivitas dalam mengelola waktu dan keuangan untuk tujuan berwirausaha). Wirausaha adalah seseorang yang bebas dan memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnisnya. Ia bebas merancang, menentukan, mengelola, dan mengendalikan semua usahanya. Sementara kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa, dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, bernilai, dan berguna bagi dirinya dan orang lain.³⁵

³² Yati Suhartini, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Manusia dalam Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta)*, Jurnal Aknenika UPY Vol. 7 (Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta, 2011), h. 44.

³³ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 180.

³⁴ Syaiful Bachri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 132.

³⁵ Hamdani, *Entrepreneurship: Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis*, (Jogjakarta: Starbooks, 2010), h. 43

Menurut Kasmir wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.³⁶

Dari segi karakteristik, wirausaha adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan milik sendiri. Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok yaitu peluang dan kemampuan menanggapi peluang. Dengan demikian kewirausahaan adalah tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif, dan inovatif.³⁷

Kewirausahaan mendorong minat seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara professional dan banyak alasan yang mendasarinya, diantaranya adalah perasaan sudah bosan bekerja, ingin kaya secara materi, ingin hidup lebih bebas, pengalaman melihat pengusaha lain sukses dan bahkan dalam keadaan terpaksa karena tidak lagi memiliki pekerjaan atau telah pensiun. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa kewirausahaan ini akan mendorong minat seseorang untuk mendirikan, mengelola dan mengembangkan usahanya sendiri, keputusan untuk mendirikan sebuah usaha sendiri ini dapat didasari oleh beberapa alasan, diantaranya keinginan untuk memiliki kehidupan yang bebas tanpa tekanan dari orang lain atau perintah orang lain, ingin memperkaya diri secara materi, ingin mencapai kepuasan pribadi, bahkan secara ekstrim keputusan ini

³⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 76

³⁷ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 14.

dapat didasari oleh keadaan. Dimana keadaan memaksanya untuk mendirikan sebuah usaha sendiri, dikarenakan sulitnya mendapat pekerjaan.³⁸

Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk melakukan suatu tindakan atau pekerjaan. Minat berwirausaha merupakan kecenderungan jiwa dari beberapa faktor yaitu karakter kepribadian seseorang dan lingkungannya. Sutrisno memaparkan beberapa aspek minat berwirausaha adalah sebagai berikut:³⁹

- a. Perasaan senang; seorang siswa yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap suatu kegiatan usaha, maka siswa tersebut akan terus mempelajari usaha, tidak ada perasaan terpaksa. Oleh karena itu perasaan senang akan memotivasi siswa untuk terus berwirausaha.
- b. Ketertarikan; berhubungan dengan daya gerak yang mendorong untuk cenderung merasa tertarik dalam berwirausaha atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan berwirausaha itu sendiri.
- c. Perhatian; merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa terhadap pengamatan, dan pengertian. Siswa yang memiliki minat pada kegiatan usaha tertentu, dengan sendirinya akan memperhatikan usaha tersebut. Mulai dari proses produksi sampai proses distribusi hasil usaha tersebut.
- d. Keterlibatan; keterlibatan seseorang akan suatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang mengerjakan kegiatan usaha, mampu memahami,

³⁸ *Ibid*, h. 16

³⁹ Indo Senaang, *Pengaruh Dukungan Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK*, (Jurnal. PSIKOBORNEO. Volume 5 Nomor 3 11-10-17-09-47-21. 2017: 541-555), h. 544

selalu aktif, dan tidak pernah diam mengikuti perkembangan, bila dapat langsung terlibat dari suatu kegiatan usaha dan mampu memahami semua prosesnya.

Faktor yang mendorong minat berwirausaha menurut Bygrave dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu:⁴⁰

1. Faktor Personal, menyangkut aspek kepribadian diantaranya:
 - a. Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan seseorang.
 - b. Adanya pemutusan hubungan kerja, tidak ada pekerjaan lain.
 - c. Dorongan karena faktor usia.
 - d. Keberanian menanggung resiko.
 - e. Komitmen/minat tinggi pada bisnis.
2. Faktor *Environment*, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik:
 - a. Adanya persaingan dalam dunia kehidupan.
 - b. Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan seperti modal, tabungan, warisan, bangunan, dan lokasi strategis.
 - c. Mengikuti latihan kursus bisnis atau incubator bisnis.
 - d. Kebijakan pemerintah, adanya kemudahan lokasi.
 - e. berusaha, fasilitas kredit dan bimbingan usaha.
3. Faktor *Sociological*, menyangkut hubungan dengan keluarga dan sebagainya
 - a. Adanya hubungan-hubungan atau relasi bagi orang lain.
 - b. Adanya tim yang dapat diajak kerja sama dalam berusaha.

⁴⁰ *Ibid*, h. 541

- c. Adanya dorongan dari orangtua untuk membuka usaha.
- d. Adanya bantuan famili dalam berbagai kemudahan.

Menurut Nurhotim, faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu:⁴¹

1. Faktor Internal. Faktor internal adalah faktor-faktor yang timbul karena pengaruh rangsangan dari dalam diri individu itu sendiri. Faktor-faktor intrinsik sebagai pendorong minat berwirausaha antara lain karena adanya kebutuhan akan pendapatan, motif, harga diri, perasaan senang dan perhatian.
2. Faktor Eksternal. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang mempengaruhi individu karena pengaruh rangsangan dari luar. Faktor-faktor ekstrinsik yang mempengaruhi minat berwirausaha antara lain lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang dan pendidikan.

Ada beberapa alasan mengapa seseorang berminat berwirausaha, yaitu alasan keuangan, alasan sosial, alasan pelayanan, dan alasan pemenuhan diri. Beberapa peluang yang dapat diambil dari kewirausahaan meliputi:⁴²

1. Peluang untuk memperoleh kontrol atas kemampuan diri.
2. Peluang untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki.
3. Peluang untuk memperoleh manfaat secara finansial.
4. Peluang untuk berkontribusi kepada masyarakat dan untuk menghargai usaha-usaha seseorang.

⁴¹ Nurhotim Lukman Hidayatullah, *“Minat Berwirausaha Program Studi SI Pendidikan Teknik Elektro Jurusan Elektro Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang*, Skripsi. UNDIP. 2012. 25.

⁴² *Ibid*, h. 27

Menurut Zimmerer, menjadi wirausaha akan memiliki kebebasan dalam menentukan nasibnya sendiri dan berpeluang untuk berperan dalam masyarakat. Dengan memiliki usaha sendiri seseorang dapat menentukan nasibnya sendiri dan tidak bergantung terhadap orang lain. Berwirausaha dapat mengembangkan diri sesuai dengan minat dan kemampuannya, sehingga membuat dirinya berarti bagi masyarakat. Menjadi wirausaha juga dapat berperan dalam masyarakat, karena dengan berwirausaha dapat menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar.⁴³

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha tidak selalu dibawa sejak lahir, melainkan dapat ditumbuhkan dengan pendidikan dan pelatihan. Minat merupakan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas dan merasa senang melakukannya. Rasa ketertarikan tersebut bukan karena paksaan tetapi karena keinginan yang tinggi untuk mencapai tujuannya. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal yang ada di luar dirinya. Semakin kuat hubungan tersebut, maka semakin besar minat. Wirausaha merupakan proses menciptakan suatu usaha yang kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan peluang yang ada guna meningkatkan taraf hidup dan berguna bagi masyarakat. Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan terhadap kegiatan berwirausaha yang menciptakan suatu usaha yang bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar.⁴⁴

Minat berwirausaha dipengaruhi oleh adanya *soft skills* yang tinggi karena menjadi seorang wirausaha dibutuhkan berbagai keterampilan dan karakter

⁴³ Thomas w. Zimmer, dkk, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 11

⁴⁴ *Ibid*, h. 12

pribadi yang kuat. Berwirausaha akan membuat seseorang tidak ketergantungan pada orang lain karena menjadi wirausaha memiliki kebebasan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kebebasan tersebut dapat berupa bebas menentukan bisnis yang diinginkan, bebas mengatur jadwal operasional, dan tentunya bebas menentukan besarnya laba yang diinginkan. Kebebasan tersebutlah yang akan membuat seseorang tertarik atau berminat menjadi wirausaha. Selain itu, berwirausaha dapat membantu pemerintah dalam mengatasi pengangguran karena akan terciptanya lapangan pekerjaan baru yang dapat menampung calon tenaga kerja. Hal ini akan bermanfaat bagi masyarakat, terutama masyarakat tempat usaha didirikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu harapan pendapatan yang tinggi, dukungan dari lingkungan keluarga dan pendidikan kewirausahaan yang diterima. Indikator yang digunakan meliputi tidak ketergantungan pada orang lain, membantu lingkungan sosial dan perasaan senang menjadi wirausaha.⁴⁵

2. Indikator-Indikator Minat Berwirausaha

indikator minat berwirausaha adalah:

a. Indikator kemauan

Indikator kemauan yaitu dorongan untuk mencoba berusaha secara mandiri dan berani menghadapi resiko dan adanya keyakinan pada diri sendiri. Kemauan tersebut berperan penting dalam mempengaruhi minat dalam berwirausaha.

⁴⁵ *Ibid*, h. 13

b. Indikator perhatian

Indikator perhatian yaitu adanya sesuatu yang menarik individu untuk berinovasi mencapai peluang usaha. Apabila individu tertarik dengan sesuatu kegiatan yaitu kegiatan wirausaha maka yang bersangkutan akan melakukan kegiatan tersebut.

c. Indikator kesenangan

Indikator kesenangan Indikator kesenangan yaitu kegiatan yang dilakukan jika memperoleh penghargaan, dan prestasi. Apabila suatu kegiatan memperoleh penghargaan dan dukungan orang lain maka akan mendorong individu untuk melakukan kegiatan tersebut dengan senang hati, dalam hal ini adalah kegiatan kewirausahaan. Kesenangan merupakan aspek yang mempengaruhi minat saat hasil diperoleh.

d. Indikator aktivitas

Indikator aktivitas yaitu kegiatan yang dilakukan ketika waktu luang untuk mencari tambahan pengetahuan dan ketrampilan.⁴⁶

2.6. Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain baik dalam bentuk jurnal maupun skripsi. Penelitian yang telah ada mendasari pemikiran penulis dalam menyusun skripsi. Adapun penelitiannya sebagai berikut:

⁴⁶ Akhmad Kardimin, *Menumbuhkan Jiwa Wirausaha*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 63.

1. Muhammad Hasym Alfaruk, *Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo* Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo baik secara parsial maupun simultan. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini mahasiswa Ekonomi angkatan tahun 2009-2010 sampai sebanyak 650 dengan jumlah sampel sebanyak 247 mahasiswa. Metode analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pemanfaatan sosial media dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, sedangkan Pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Secara simultan pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.⁴⁷
2. Ignatius Soni Kurniawan, *Analisis pengaruh Penggunaan Instagram, Pengalaman Praktik kewirausahaan, Dan Hasil Belajar Kewirausahaan*

⁴⁷ Muhammad Hasym Alfaruk, *Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo* Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika Vol. 15 No. 2 Tahun 2018
Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika Vol. 15 No. 2 Tahun 2018

Terhadap Minat Berwirausaha Online Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penggunaan instagram, pengalaman praktik onlineentrepreneurial, dan hasil pembelajaran onlineentrepreneurial pada niat onlineentrepreneurial. Sejumlah 84 mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa diminta mengisi kuesioner. Penelitian ini bersifat kuantitatif, menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Metode analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda, pengujian hipotesis 1 sampai 3 menggunakan uji t. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan instagram tidak secara signifikan mempengaruhi niat kewirausahaan online, di sisi lain sebagian pengalaman praktik kewirausahaan online dan hasil pembelajaran kewirausahaan online secara signifikan mempengaruhi niat kewirausahaan secara online.⁴⁸

3. Eswanto Sugeng Rahayu Siti Laela dengan judul *Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa*. Penelitian ini bertujuan mengetahui Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kewirausahaan pada Mahasiswa. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa Mahasiswa STIE IPWIJA Kampus Cikeas di Bogor pada tahun Ajaran semester genap 2017/2018 dengan jumlah populasi 448. Jumlah sampel diambil dengan rumus Slovin sehingga diperoleh jumlah sampel 84. Data dalam penelitian

⁴⁸ Ignatius Soni Kurniawan, *Analisis pengaruh Penggunaan Instagram, Pengalaman Praktik kewirausahaan, Dan Hasil Belajar Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Online* Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika Vol. 15 No. 2 Tahun 2018

ini diolah dengan analisis regresi untuk memperoleh tujuan dari penelitian. Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah ada pengaruh minat berwirausaha terhadap kewirausahaan pada Mahasiswa. Ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap kewirausahaan pada Mahasiswa.⁴⁹

Dari beberapa penelitian yang dijadikan kajian terdahulu tersebut ada persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan diantaranya ialah:

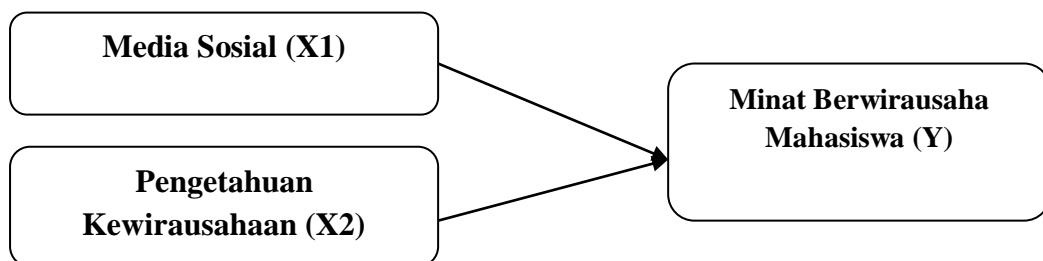
1. Persamaan dan perbedaan pada penelitian pertama ialah Penelitian ini sama-sama membahas tentang pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha akan tetapi berbeda dari objek penelitian. Meskipun sama-sama membahas minat berwirausaha tetapi objek penelitiannya tetap berbeda yakni pada kajian terdahulu diatas objek pembahasan berfokus pada pengetahuan, motivasi dan media sosial sebagai variabel independen sedangkan pada penelitian yang akan peneliti kaji objek pembahasan berfokus pada media sosial dan pengetahuan sebagai variabel dependen dan minat berwirausaha mahasiswa.
2. Persamaan dan perbedaan pada penelitian yang kedua ialah Penelitian ini sama-sama membahas tentang minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan lapangan dan analisis regresi linear berganda. Fokus penelitian juga sama-sama menggunakan variable media sosial instagram. Adapun

⁴⁹Eswanto Sugeng Rahayu Siti Laela dengan judul *Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa* Jurnal Pengembangan Wiraswasta Vol. 20 NO. 03 – Desember 2018

perbedaannya dengan kajian penelitian yang peneliti lakukan ialah terletak dari objek penelitian. Penelitian terdahulu tersebut menggunakan instagram sebagai variable penelitian sedangkan pada kajian penelitian ini yang menjadi variabel ialah pengetahuan, media sosial dan minat berwirausaha.

3. Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang peneliti lakukan ialah merupakan sama-sama jenis penelitian kuantitatif data primer dengan analisis regresi linear berganda. Sedangkan perbedaan antara kajian terdahulu tersebut dan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada variabel yang digunakan. Pada kajian terdahulu variabel lingkungan dan kultur ekonomi digunakan sebagai variabel dependen sedangkan berwirausaha perspektif ekonomi Islam sebagai variabel independen, sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan, variabel faktor internal dan eksternal digunakan sebagai variabel dependen dan minat berwirausaha sebagai variabel independen.

2.7. Kerangka Teoritis



2.8. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, landasan teori dan kerangka pikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H_{a1} : Variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa di IAIN Langsa.

H₀₁ : Variabel media sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di IAIN Langsa

H_{a2} : Variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di IAIN Langsa

H₀₂ : Variabel pengetahuan tidak positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di IAIN Langsa

H_{a3} : Variabel media sosial dan pengetahuan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di IAIN Langsa.

H₀₃ : Variabel media sosial dan pengetahuan secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di IAIN Langsa.

BAB III

METODE PENELITIAN.

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survai. Penelitian survai adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Penelitian survai yang digunakan disini adalah penelitian survai yang bersifat penjelasan yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variable-variabel melalui pengujian hipotesa.⁵⁰

Pendekatan yang digunakan dalam skripsi ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Sifat penelitian ini adalah studi kausalitas yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan pengaruh antara variabel bebas dan terikat.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa Dari bulan Juni hingga Agustus 2020.

3.3 Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

⁵⁰ *Ibid*, h. 50

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pihak pertama.⁵¹ Data diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada para Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa sebagai responden penelitian.
2. Data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melainkan melalui media peranan.⁵² Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil dari sejumlah buku yang berkaitan dengan penelitian ini serta, dokumen serta literatur yang terkait mengenai data penelitian

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵³ Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tahun 2018 sebanyak 336 orang.⁵⁴

Oleh karena populasi dalam jumlah besar yaitu 336 mahasiswa maka penelitian ini menggunakan sampel. Sampel yang akan diambil berdasarkan rumus Slovin⁵⁵

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

⁵¹ Umi Narimawati, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*, (Bandung: Agung Media, 2008), h. 98.

⁵² *Ibid.*,

⁵³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: CV. Alfabeta. 2008), h. 64.

⁵⁴ Data diperoleh dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa tahun 2019

⁵⁵ *Ibid*, hal. 98

Dengan ketentuan:

n = banyak anggota sampel minimal yang dibutuhkan

N = banyak anggota populasi pengamatan

E = batas toleransi kesalahan/eror

$$n = \frac{336}{1 + 336 \cdot (0,1^2)}$$

$$n = \frac{336}{1 + 336 (0,01)}$$

$$n = \frac{336}{1 + 3,36}$$

$$n = \frac{336}{4,36}$$

$$n = 77$$

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain penggunaan angket dan dokumentasi.

1. Studi Dokumentasi

Adapun yang dimaksud studi dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip buku, surat kabar dan majalah lain.

Yang berfungsi menambah kevalidtan dalam penelitian.⁵⁶

2. Angket

Angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Maka dalam penelitian ini akan menggunakan angket tertutup untuk dapat menjawab rumusan masalah.⁵⁷

Skala pengukuran merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengkuantifikasi informasi yang diberikan oleh responden jika mereka diharuskan menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan dalam suatu kuisisioner. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan teknik mengukur sikap di mana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan. Skala liker adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang penomena social.

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Adapun skala pengukuran yang dipakai adalah berdasarkan keterangan dan informasi yang diberikan responden melalui angket (kuesioner) yang telah disebarakan dengan metode skor. Dengan bobot penilaian sebagai berikut :

⁵⁶Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 149

⁵⁷ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2005), h.71-72

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Jawaban	Bobot
1	Jawaban Sangat Setuju (SS)	Diberi Skor 5
2	Jawaban Setuju (S)	Diberi Skor 4
3	Jawaban Netral (N)	Diberi Skor 3
4	Jawaban Tidak Setuju (TS)	Diberi Skor 2
5	Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)	Diberi Skor 1

3.6. Identifikasi dan Definisi Operasional (Variabel)

Pada analisis ini menggunakan analisis regresi berganda yang biasanya digunakan untuk memprediksi pengaruh dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

1. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi, menjelaskan, atau menerangkan variabel lain, variabel ini yang menyebabkan perubahan pada variabel terikat.⁵⁸ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya antara lain *media sosial (X1)*, dan *pengetahuan wirausaha (X2)*,

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kewirausahaan mahasiswa jurusan perbankan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa (Y).

⁵⁸ Yusuf, A. Muri, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Cetakan pertama, (Jakarta: kencana, 2014), h.109.

Tabel III-1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Media Sosial (X1)	Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya	a. Partisipasi. b. Keterbukaan. c. Percakapan d. Komunikasi e. Saling Terhubung f. Keterampilan	Skala Likert
Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	Pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha.	a. Sikap dan perilaku Wirausahawan b. Menganalisa peluang usaha c. Menganalisis aspek-aspek usaha	Skala Likert
Minat Berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk melakukan suatu tindakan atau pekerjaan.	a. Kemuaan b. Perhatian c. Kesenangan d. aktivitas	Skala Likert

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Dalam penelitian ini, dikatakan *valid* jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti. Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *product momen pearson* dan taraf signifikan 0.05 atau 5%. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya, hasil r hitung kita

bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-3$ dan dengan signifikan 0.05 atau 5%.
Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid.⁵⁹

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Suatu alat ukur dapat dikatakan memiliki apabila digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap akan memberikan hasil yang sama. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi-dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Pengukuran reabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha of Item Deleted*, apabila $> 0,60$ maka dapat dinyatakan instrumen reliabel.⁶⁰

3.8. Metode Analisis Data

Model analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, yaitu studi mengenai ketergantungan satu variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), yang bertujuan untuk memprediksi rata-rata variabel dependen didasarkan nilai variabel independen yang diketahui.⁶¹ Sebelum melakukan analisis ini, untuk mendapatkan nilai yang

⁵⁹ Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 192

⁶⁰ Ikbal Hasan, *Analisis data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h.15

⁶¹ Dedi Rosdi, *Ekonometrika dan Analisis Runtun Waktu Terapan dengan Eviews*, (Yogyakarta: ndi Offset, 2012), h. 61

baik, maka penulis perlu melakukan sebuah pengujian pada instrument pengumpulan data yang digunakan.

Metode pengujian analisis dalam hal ini adalah Uji asumsi Klasik, sedangkan alat bantu analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

1) Uji Asumsi Klasik

Model regresi berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan bebas dari asumsi klasik baik itu multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.⁶² Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi berganda sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan kotak kerja yang sama dengan uji regresi. Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Uji ini digunakan untuk melihat ada tidaknya penyimpangan asumsi model klasik yakni dengan pengujian normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data ini sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki

⁶² *Ibid*, h. 52

distribusi normal.⁶³ Uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal probability plot dan grafik histogram.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.⁶⁴

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan lain yang disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan

⁶³ Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 185

⁶⁴ *Ibid*, h. 186

nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (d_l dan d_u). Kriterianya jika nilai $d_u < d < 4 - d_u$, maka tidak terjadi autokorelasi.⁶⁵

d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel independen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁶⁶

2) Model Analisis Data Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dimaksudkan untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Formulasi regresi linear berganda adalah sebagai berikut:⁶⁷

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

$Y = \text{Minat Berwirausaha}$

$X_1 = \text{media sosial}$

$X_2 = \text{pengetahuan}$

$a = \text{Konstanta}$

$b = \text{Koefisien regresi X}$

⁶⁵ *Ibid*, hlm. 186

⁶⁶ Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 158

⁶⁷ *Ibid*, h. 186-187.

e = Standar Error

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel dependen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05.⁶⁸ Untuk menguji pengaruh dari variabel masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui variabel mana yang lebih mempengaruhi keputusan Pengambilan digunakan uji-t, dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Tingkat Signifikan yang akan digunakan adalah 0,05 dengan kriteria jika t sig. < 0,05 maka H_a diterima H_0 ditolak.
- 2) Jika t sig. > 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2,$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.⁶⁹

Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut :⁷⁰

- a. Tingkat Signifikan yang akan digunakan adalah 0,05 dengan kriteria jika F sig. < 0,05 maka H_a diterima H_0 ditolak.
- b. Jika F sig. > 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak.

⁶⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang :Universitas Diponegoro, 2005), h. 98

⁶⁹ *Ibid.*,

⁷⁰ Freddy Rangkuti, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), h. 23.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) ini merupakan suatu uji statistik yang paling sering digunakan. Indikator ini akan memberikan bobot yang sangat tinggi untuk kesalahan absolut besar. Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel *independent* secara serentak terhadap variabel *dependent*.⁷¹

Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.⁷²

⁷¹ Ofyar Z. Tamrin, *Perencanaan Pemodelan & Rekayasa Transportasi*, (Bandung: ITB, 2008), h. 31

⁷² *Ibid.*,

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum IAIN Langsa

4.1.1 Sejarah IAIN Langsa

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa adalah peralihan dan peningkatan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa. Peralihan ini sesuai dengan Peraturan Presiden RI Nomor 146 Tahun 2014 yang ditandatangani langsung oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Zawiyah Cot Kala sendiri didirikan pada tahun 1980 merupakan hasil keputusan Seminar Sejarah Islam di Rantau Pertamina Kuala Simpang, bahkan nama tersebut diambil dari sebuah nama lembaga pendidikan tinggi terbesar di Asia Tenggara yang tertua di Bayeun sekitar abad ke-4 H.

Awalnya IAIN Langsa ini didirikan dalam bentuk Lembaga Institut Agama Islam (IAI) Zawiyah Cot Kala Langsa yang meliputi tiga Fakultas, yaitu Fakultas Syari'ah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah. Pembukaan kuliah pertama sekali pada tanggal 14 Oktober 1980 hanya diresmikan 2 (dua) Fakultas, Fakultas Tarbiyah yaitu Jurusan Pendidikan Agama Islam dan Fakultas Dakwah yaitu Jurusan Penerangan Agama sampai tingkat sarjana muda. Pada tahun 1981 dibentuk Yayasan dengan Akte Notaris No. 7 tanggal 21 Juli 1981 dan pada tahun 1982 dalam kunjungannya Menteri Agama Republik Indonesia ke Langsa (H.Alamsyah Ratu Perwiranegara) dalam rangka peresmian Departemen Agama Propinsi Daerah Istimewa Aceh oleh pengurus Yayasan menyampaikan Surat Pemohonan Terdaftar IAI Zawiyah Cot Kala Langsa, maka pada tahun 1983

keluarlah SK Dirjen Lembaga Islam Departemen Agama RI untuk terdaftarnya dengan SK Nomor: Kep/E/III/PP.00.2/1303/83 tanggal 16 April 1983, dan kemudian pada tahun 1988 dengan keputusan Menteri Agama RI, maka IAI Zawiyah Cot Kala Langsa terdaftar s/d jenjang S-1 dengan SK Menteri Agama RI Nomor : 219 Tahun 1988 tanggal 1 Desember 1988, kemudian sejak tahun 1997 berubah bentuk menjadi STAI (Sekolah Tinggi Agama Islam).

Dalam proses kegiatan akademik dari tahun ke tahun semakin meningkat dan berkembang, baik dilihat dari segi prestasi mahasiswa, tenaga pengajar, jumlah mahasiswa maupun peran aktif dan keberhasilan dalam bidang-bidang lainnya, maka sejak tahun 2000 lembaga ini mendapat peningkatan status menjadi Status Diakui berdasarkan Keputusan Direktur Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama Republik Indonesia Nomor: E/36/2000 tanggal 20 Maret 2000, yang memiliki dua jurusan yaitu Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI)/Tarbiyah dan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)/Dakwah. Kemudian sejak tahun 2001, STAI Zawiyah Cot Kala Langsa berupaya mengembangkan lembaga dengan membuka Program Diploma Dua (D-II) Jurusan Guru Pendidikan Agama Islam (GPAI) dan Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI).

Penegerian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa di samping akan berdampak positif bagi perkembangan ilmu-ilmu keislaman juga akan mendorong solidaritas nasional dan memperkokoh integritas bangsa, karena adanya lembaga pendidikan Islam yang secara loyal mendedikasikan dirinya untuk kepentingan bangsa dan agama, selain itu

penegerian ini juga akan melahirkan kebanggaan dikalangan umat Islam Aceh, hal mana sangat positif bagi langkah-langkah penyelesaian konflik secara damai.

Perubahan status dari STAIN ke IAIN merupakan bentuk responsif kebutuhan pendidikan masyarakat di bidang pendidikan agama. Juga mempercepat peningkatan sumber daya manusia yang bernuansa Islami, serta memperluas akses pendidikan tinggi Islam yang memiliki standar. Selain itu, dengan status IAIN tersebut, juga akan lebih meningkatkan pembangunan keagamaan bagi masyarakat Aceh, khususnya Kota Langsa. Serta meningkatkan kualitas penerapan syariat Islam di berbagai aspek kehidupan sesuai dengan kualitas intelektual SDM yang ada.⁷³

4.1.2 Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa

1. Visi dan Misi

Adapun Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yaitu sebagai berikut:

Visi: “Menjadi Pusat Keunggulan dalam Pengembangan dan Pengkajian Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang berkarakter rahmatan lil ‘alamin di Tahun 2031”.

Misi: -Menghasilkan lulusan yang unggul, mandiri, tekun, kreatif, inovatif, berjiwa wirausaha dan memiliki integritas dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu Ekonomi yang berwawasan keIslaman, serta mampu menjadi warga dunia yang bertanggungjawab.

-Meningkatkan perluasan dan pemerataan akses, mutu pembelajaran, mutu

⁷³ <https://iainlangsa.ac.id/pages/sejarah-kampus>, diakses pada tanggal 05 Juli 2020

penelitian, serta mutu pelayanan pendidikan ilmu Ekonomi dan bisnis Islam di dalam dan luar lingkungan IAIN Langsa, didukung oleh sistem tata kelola kelembagaan yang akuntabel dan transparan.

-Menjalin kerjasama nasional dan internasional dalam pengkajian dan penerapan ilmu Ekonomi dan bisnis Islam berorientasi pada potensi kultur Aceh untuk rahmatan lil ‘alamin.

2. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa

Ausunannya manajemen FEBI IAIN Langsa yaitu sebagai berikut:⁷⁴

a. Dekan

Nama : Dr. Budiman Iskandar, M.CL

Tgl. Lahir : Aceh Timur, 16 Juni 1965

NIP Pangkat : 196506161995031002

b. Wakil Dekan I Bid. Akademik

Nama : Abdul Hamid, MA

Tgl. Lahir : Dayah Mesjid, 31 Juli 1973

NIP Pangkat : 197307312008011007

c. Wakil Dekan II Bid. Adm. Umum dan Keuangan

Nama : Drs. Junaidi, M.Ed, MA

Tgl. Lahir : Kandang, 31 Desember 1969

NIP Pangkat : 196912312009011038

d. Wakil Dekan III Bid. Kemahasiswaan

Nama : Dr. Amiruddin Yahya, S.Pd.i., MA

⁷⁴ <http://febi.iainlangsa.ac.id/visi-dan-misi/>, diakses pada tanggal 05 Juli 2020

Tgl. Lahir : Langsa, 09 September 1975

NIP Pangkat : 197509092008011013

e. Kepala Bag. Tata Usaha

Nama : Husna, SH

Tgl. Lahir : Langsa, 21 Juni 1981

NIP Pangkat : 198107211999112001

4.2 Karakteristik Responden

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	30	38,96
Perempuan	47	61,04
Total	77	100,00

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 30 orang (38,96%), sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 47 orang (61,04%).

Adapun karakteristik responden berdasarkan umur yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase (%)
19-21 tahun	63	81,81
22-24 tahun	14	18,19
Total	77	100,0

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden dengan umur 19-21 tahun berjumlah 63 orang (81,81%) dan responden dengan dengan umur 22-24 tahun berjumlah 14 orang (18,19%).

4.3 Identifikasi Variabel Penelitian

4.3.1 Jawaban Responen pada Variabel Media Sosial

Jawaban responden terhadap variabel media sosial dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3
Tanggapan Responden pada Variabel Media Sosial

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	1	1,3	12	18,2	43	29,9	39	50,6	77	100
2	0	0	0	0	11	14,3	15	19,5	51	66,2	77	100
3	0	0	19	24,7	4	5,2	17	22,1	37	48,1	77	100
4	0	0	5	6,5	21	27,3	15	19,5	36	46,8	77	100
5	0	0	0	0	19	24,7	20	26,0	38	49,4	77	100
6	0	0	5	6,5	26	33,8	24	31,2	22	28,6	77	100

Sumber: hasil penelitian

1. Pada pernyataan “Banyak pengguna media sosial yang melakukan pembelian secara online”, dapat dijelaskan bahwa 1 orang (1,3%) menjawab tidak setuju, 12 orang (18,2%) menjawab kurang setuju, 43 orang (29,9%) menjawab setuju, dan 39 orang (50,6%) menjawab sangat setuju.
2. Pada pernyataan “Melalui media sosial pembeli maupun penjual saling terbuka untuk membeli maupun menjual produk”, dapat dijelaskan bahwa 11 orang (14,3%) menjawab kurang setuju, 15 orang (19,5%) menjawab setuju, dan 51 orang (66,2%) menjawab sangat setuju.
3. Pada pernyataan “Dengan adanya media sosial antara pembeli dan penjual

mudah berinteraksi”, dapat dijelaskan bahwa 19 orang (24,7%) menjawab tidak setuju, 4 orang (5,2%) menjawab kurang setuju, 17 orang (22,1%) menjawab setuju, dan 37 orang (48,1%) menjawab sangat setuju.

4. Pada pernyataan “Melalui media sosial terjalin komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli”, dapat dijelaskan bahwa 5 orang (6,5%) menjawab tidak setuju, 21 orang (27,3%) menjawab kurang setuju, 15 orang (19,5%) menjawab setuju, dan 36 orang (46,8%) menjawab sangat setuju.
5. Pada pernyataan “Dengan adanya media sosial pasar akan semakin luas dan potensi profit akan lebih besar”, dapat dijelaskan bahwa 19 orang (24,7%) menjawab kurang setuju, 20 orang (26%) menjawab setuju, dan 38 orang (49,4%) menjawab sangat setuju.
6. Pada pernyataan “Kesuksesan berwirausaha didorong keterampilan menggunakan media sosial”, dapat dijelaskan bahwa 5 orang (6,5%) menjawab tidak setuju, 26 orang (33,8%) menjawab kurang setuju, 24 orang (31,2%) menjawab setuju, dan 22 orang (28,6%) menjawab sangat setuju.

4.3.2 Jawaban Responden pada Variabel Pengetahuan Kewirausahaan

Jawaban responden terhadap variabel pengetahuan kewirausahaan dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4
Tanggapan Responden pada Variabel Pengetahuan Kewirausahaan

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	0	0	13	16,9	27	35,1	37	48,1	77	100
2	0	0	0	0	16	20,8	21	27,3	40	51,9	77	100
3	0	0	9	11,7	18	23,4	15	19,5	35	45,5	77	100

Sumber: hasil penelitian

1. Pada pernyataan “Kesuksesan berwirausaha tergantung pada cara menjalankan usaha”, dapat dijelaskan bahwa 13 orang (16,9%) menjawab kurang setuju, 27 orang (35,1%) menjawab setuju, dan 37 orang (48,1%) menjawab sangat setuju.
2. Pada pernyataan “Kemampuan menganalisis peluang usaha akan menentukan kesuksesan wirausaha”, dapat dijelaskan bahwa 16 orang (20,8%) menjawab kurang setuju, 21 orang (27,3%) menjawab setuju, dan 40 orang (51,9%) menjawab sangat setuju.
3. Pada pernyataan “Aspek modal menentukan keberhasilan wirausaha”, dapat dijelaskan bahwa 9 orang (11,7%) menjawab tidak setuju, 18 orang (23,4%) menjawab kurang setuju, 15 orang (19,5%) menjawab setuju, dan 35 orang (45,5%) menjawab sangat setuju.

4.3.3 Jawaban Responden pada Variabel Minat Berwirausaha

Jawaban responden terhadap variabel minat berwirausaha dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5
Tanggapan Responden pada Variabel Minat Berwirausaha

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	0	0	16	20,8	26	33,8	35	45,5	77	100
2	0	0	1	1,3	8	10,4	21	27,3	47	61,0	77	100
3	0	0	3	3,9	17	22,1	15	19,5	42	54,5	77	100
4	0	0	1	1,3	6	7,8	26	33,8	44	57,1	77	100

Sumber: hasil penelitian

1. Pada pernyataan “Anda tertarik untuk berwirausaha agar dapat memiliki penghasilan sendiri”, dapat dijelaskan bahwa 16 orang (20,8%) menjawab kurang setuju, 26 orang (33,8%) menjawab setuju, dan 35 orang (45,5%)

menjawab sangat setuju.

2. Pada pernyataan “Saya tertarik untuk berwirausaha karena dengan berwirausaha akan menjamin masa depan”, dapat dijelaskan bahwa 1 orang (1,3%) menjawab tidak setuju, 8 orang (10,4%) menjawab kurang setuju, 21 orang (27,3%) menjawab setuju, dan 47 orang (61%) menjawab sangat setuju.
3. Pada pernyataan “Saya tertarik berwirausaha karena dengan hasil yang didapatkan dapat membantu orang banyak”, dapat dijelaskan 3 orang (3,9%) menjawab tidak setuju, 17 orang (22,1%) menjawab kurang setuju, 15 orang (19,5%) menjawab setuju, dan 42 orang (54,5%) menjawab sangat setuju.
4. Pada pernyataan “Saya tertarik berwirausaha karena penghasilan dan waktu saya tidak terbatas”, dapat dijelaskan bahwa 1 orang (1,3%) menjawab tidak setuju, 6 orang (7,8%) menjawab kurang setuju, 26 orang (33,8%) menjawab setuju, dan 44 orang (57,1%) menjawab sangat setuju.

4.4 Hasil Uji Validitas

4.4.1 Uji Validitas Media Sosial

Hasil perhitungan uji validitas variabel media sosial dengan 6 item pernyataan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	0,470	0,210	Valid
2	0,482	0,210	Valid
3	0,624	0,210	Valid
4	0,513	0,210	Valid
5	0,612	0,210	Valid
6	0,433	0,210	Valid

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.6 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel media sosial memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) $>$ r_{tabel} sebesar 0,210.

4.4.2 Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan

Hasil perhitungan uji validitas variabel pengetahuan kewirausahaan dengan 3 item pertanyaan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Kewirausahaan

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	0,552	0,210	Valid
2	0,419	0,210	Valid
3	0,466	0,210	Valid

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.7 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) $>$ r_{tabel} sebesar 0,210.

4.4.3 Uji Validitas Minat Berwirausaha

Hasil perhitungan uji validitas variabel minat berwirausaha dengan 4 item pernyataan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	0,661	0,210	Valid
2	0,607	0,210	Valid
3	0,583	0,210	Valid
4	0,692	0,210	Valid

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.8 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk

variabel minat berwirausaha memiliki status valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) $> r_{tabel}$ sebesar 0,210.

4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha of Item Deleted	Kriteria
1	Media Sosial	0,722	Reliabel
2	Pengetahuan Kewirausahaan	0,890	Reliabel
3	Minat Berwirausaha	0,817	Reliabel

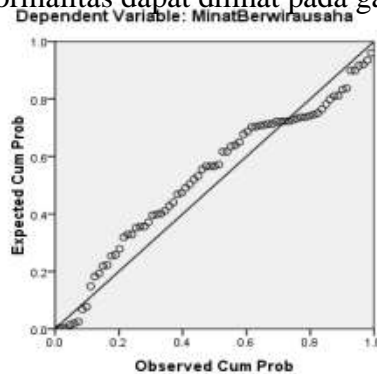
Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.9 uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Oleh karena kelima variabel pernyataan memiliki nilai *Cronbach's Alpha of Item Deleted* $> 0,60$ maka dapat dinyatakan instrumen reliabel.

4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

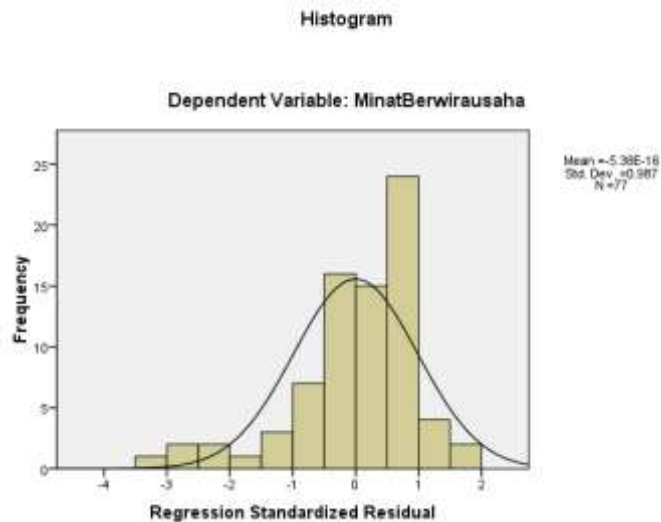
Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.1
Normal Probability Plot

Dari gambar di atas, terlihat bahwa grafik normal *probability plot* terlihat titik-titik yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya, garis ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Adapun grafik histogram uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.2
Grafik Histogram

Grafik histogram diatas membentuk lonceng dan tidak condong ke kanan atau ke kiri sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal.

Tabel 4.10
Uji Normalitas

Statistics		Media Sosial	Pengetahuan Kewirausahaan	Minat Berwirausaha
N	Valid	77	77	77
	Missing	0	0	0
Skewness		-.288	.115	.284
Std. Error of Skewness		.231	.231	.231
Kurtosis		-.227	-.319	-.382
Std. Error of Kurtosis		.355	.355	.355

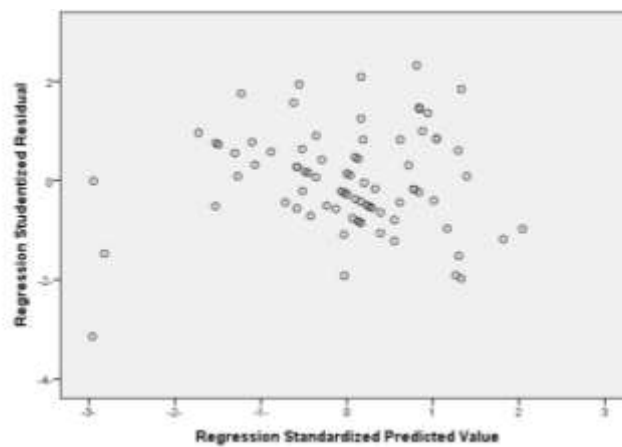
Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai Skewness $Z_{hitung} < Z_{tabel}$ maka

dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4.6.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ada atau tidak adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji grafik. Uji grafik untuk pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot* sebagai berikut.



Gambar 4.3
Scatter Plot

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar secara merata baik di atas sumbu X ataupun Y, serta titik berkumpul di suatu tempat dan tidak membentuk pola tertentu.

Tabel 4.11
Hasil Uji Glejser SPSS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.628	2.412		3.991	.000
Media Sosial	.224	.085	.289	2.644	.010
Pengetahuan Kewirausahaan	.177	.111	.174	1.588	.016

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel media sosial dan pengetahuan kewirausahaan memiliki nilai sig. < 0,05 yang tidak menunjukkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.6.3 Uji Autokorelasi

Adapun hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut.

Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.653 ^a	.519	.609	1.71596	1.771

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

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: hasil penelitian

Dari tabel di atas diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,771. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan bahwa nilai Durbin-Watson antara -2 sampai +2, berarti tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi dengan model regresi ini.

4.6.4 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.13
Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF)

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Media Sosial	.668	2.130
	Pengetahuan Kewirausahaan	.524	1.992

Sumber : hasil penelitian

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai *Tolerance* untuk variabel media sosial sebesar $0,668 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $2,130 < 10$, sehingga variabel media sosial dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai *Tolerance* untuk variabel pengetahuan kewirausahaan sebesar $0,524 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,992 < 10$, sehingga variabel pengetahuan kewirausahaan dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Adapun hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.628	2.412		3.991	.000
	Media Sosial	.224	.085	.289	2.644	.010
	Pengetahuan Kewirausahaan	.177	.111	.174	1.588	.016

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Dari tabel di atas maka persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = 4,628 + 0,224X_1 + 0,177X_2.$$

Persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4,628 berarti apabila media sosial dan pengetahuan kewirausahaan bernilai nol, maka minat berwirausaha sebesar 4,628 satuan.

2. Koefisien regresi variabel media sosial menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,224. Artinya, apabila variabel media sosial meningkat sebesar satu satuan maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 0,224 satuan dengan asumsi variabel pengetahuan kewirausahaan tidak mengalami perubahan (tetap).
3. Koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan menunjukkan pengaruh positif sebesar 0,177. Artinya, apabila variabel pengetahuan kewirausahaan meningkat sebesar satu satuan maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 0,177 satuan dengan asumsi variabel media sosial tidak mengalami perubahan (tetap).

4.7.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Adapun hasil analisis koefisien determinasi yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.653 ^a	.519	.609	1.71596

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

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat dilihat nilai R Square sebesar 0,519. Artinya, variabel media sosial dan pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa sebesar 51,9%, sementara sisanya 48,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.7.3 Pembuktian Hipotesis

4.7.3.1 Uji t (Uji Parsial)

Hasil uji t dilakukan dengan membandingkan nilai sig. pada tabel regresi.

Adapun hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.16
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.628	2.412		3.991	.000
Media Sosial	.224	.085	.289	2.644	.010
Pengetahuan Kewirausahaan	.177	.111	.174	1.588	.016

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Tabel di atas menjelaskan bahwa variabel media sosial memiliki nilai t sig. 0,010. Oleh karena nilai t sig. $< 0,05$ ($0,010 < 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Dengan demikian maka H_{a1} diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hasym Alfaruk yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki nilai t sig. 0,016. Oleh karena nilai t sig. $< 0,05$ ($0,016 < 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Dengan demikian maka H_{a2} diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hasym Alfaruk yang menyatakan bahwa

pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

4.7.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Hasil uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F sig. pada tabel regresi.

Adapun hasil uji F dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.17
Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.094	2	15.547	5.280	.007 ^a
	Residual	217.893	74	2.945		
	Total	248.987	76			

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

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai F sig. sebesar 0,007. Oleh karena nilai F sig. < 0,05 (0,007 < 0,05) maka dapat dinyatakan bahwa media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Dengan demikian maka H_{a3} diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hasym Alfaruk yang menyatakan bahwa media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, dimana dari uji t diperoleh nilai $t_{sig.} 0,010 < 0,05$.
2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, dimana dari uji t diperoleh nilai $t_{sig.} 0,016 < 0,05$.
3. Media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, dimana dari uji F diperoleh nilai $F_{sig.} 0,007 < 0,05$.

5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Setiap mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha harus memanfaatkan media sosial dengan efektif agar produk atau jasa yang dijual dapat mudah dikenal oleh konsumen.
2. Pengetahuan harus diperdalam lagi terutama yang terkait dengan kesuksesan usaha yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Lesmana, Gusti Ngurah, *Tesis: Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT. XL AXIATA)*, Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia
- Alfaruk, Muhammad Hasym, *Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo* Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika Vol. 15 No. 2 Tahun 2018 Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika Vol. 15 No. 2 Tahun 2018
- Alma, Buchari. *Kewirausahaan Edisi Revisi Cetakan Delapanbelas*. Bandung: Alfabeta, 2013
- Amalia Ayuningtias, Hazirah Dan Sanny Ekawati, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara*”, Dalam Jurnal Ekonomi, Bandung, Universitas Tarumanegara, Volume XX No. 01
- A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia, 2005.
- Djamarah, Syaiful, Bachri *Psikologi Belajar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008
- Eko, Listiyono. <http://ekolistiyono.my.id>, diakses 1 Mei 2019. "Pengaruh Media Sosial Bagi Dunia Remaja." Harianti. 2013.
- Fahmi, Irham, *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi (cet 2)*, Bandung,:Alfabeta, 2011.
- Hamdani, *Entrepreneurship: Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis*, Jogjakarta: Starbooks, 2010
- Hasan, Iqbal, *Analisis data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 2011
- Hermina, Utin Nina dkk, *Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha Pada Program Studi Admnistrasi Bisnis Poli Teknik Negeri Pontianak*, Jurnal Eksos, 2011

- Hidayatullah, Nurchotim Lukman, *“Minat Berwirausaha Program Studi SI Pendidikan Teknik Elektro Jurusan Elektro Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, Skripsi. UNDIP. 2012.*
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang :Universitas Diponegoro, 2005
- Kardimin, Akhmad , *Menumbuhkan Jiwa Wirausaha*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011
- Kurniawan, Ignatius Soni, *Analisis pengaruh Penggunaan Instagram, Pengalaman Praktik kewirausahaan, Dan Hasil Belajar Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Online* Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika Vol. 15 No. 2 Tahun 2018
- Kuntowicaksono. *“Pengaruh Pengetahuan Wirausaha dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan”*. Journal of Economic Education. 1, (1), ISSN 2301-7341. 2012
- Kurniawan, Albert, *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Narimawati, Umi, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*, Bandung: Agung Media, 2008
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002
- Ofyar Z. Tamrin, *Perencanaan Pemodelan & Rekayasa Transportasi*, Bandung: ITB, 2008
- Rangkuti, Freddy, *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Rahayu Siti Laela, Eswanto Sugeng, *Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa* Jurnal Pengembangan Wiraswasta Vol. 20 NO. 03 – Desember 2018
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula*, Bandung: Alfabeta, 2005
- Rosdi, Dedi, *Ekonometrika dan Analisis Runtun Waktu Terapan dengan Eviews*, Yogyakarta: ndi Offset, 2012

- Saiman, Leonardus, *Kewirausahaan, teori, praktik, dan kasus-kasus edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2008
- Senaang, Indo, *Pengaruh Dukungan Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK*, Jurnal. PSIKOBORNEO. Volume 5 Nomor 3 11-10-17-09-47-21. 2017: 541-555
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: CV. Alfabeta. 2008
- Suharyat, Yayat, "*Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia*", dalam Jurnal REGION. Volume I. No. 2, Juni 2009
- Suhartini, Yati, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Manusia dalam Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta)*, Jurnal Aknenika UPY Vol. 7 Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta, 2011
- Sujarweni, Wiratna, *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015
- Thomas w. Zimmer, dkk, *Kewirausahaan dan MANajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat, 2008
- Wijatno, *Serian Pengantar Entrepreneurship*, Jakarta Grasindo, 2009
- W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2006,
- Wikanso, "*Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Stkip PGRI Ngawi*", dalam Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi, Vol. XI No.1, Juni 2013
- Yusuf, A. Muri, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Cetakan pertama, Jakarta: kencana, 2014

LAMPIRAN 1: KUESIONER

Kepada YTH.:
Saudara Responden
Di Tempat

Dalam kesempatan ini, Saya mohon kesediaan Anda untuk membantu saya mengisi kuesioner ini. Apapun pendapat dan informasi yang Anda berikan, sangat membantu dalam terselesaikannya penelitian ini.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Anda untuk mengisi kuesioner ini. Oleh karena itu, Saya sangat mengucapkan banyak terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Anda mendapat imbalan dari Allah SWT.

Hormat saya,

Putri Asmanul Husna

IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin : 1. Laki-laki
2. Perempuan

Umur : 1. 19-21 tahun
2. 22-24 tahun

PETUNJUK PENGISIAN

Silahkan tentukan pendapat setuju maupun ketidaksetujuan anda terhadap setiap pernyataan/pertanyaan. Jawaban yang disediakan meliputi:

- 1 = Sangat Tidak Setuju 5 = Sangat setuju
2 = Tidak setuju
3 = Kurang Setuju
4 = Setuju

PERTANYAAN PENELITIAN

MEDIA SOSIAL (X1)

Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1. Banyak pengguna media sosial yang melakukan pembelian secara online.					
2. Melalui media sosial pembeli maupun penjual saling terbuka untuk membeli maupun menjual produk.					
3. Dengan adanya media sosial antara pembeli dan penjual mudah berinteraksi.					
4. Melalui media sosial terjalin komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli.					
5. Dengan adanya media sosial pasar akan semakin luas dan potensi profit akan lebih besar.					
6. Kesuksesan berwirausaha didorong keterampilan menggunakan media sosial.					

PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN (X2)

Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1. Kesuksesan berwirausaha tergantung pada cara menjalankan usaha.					
2. Kemampuan menganalisis peluang usaha akan menentukan kesuksesan wirausaha.					
3. Aspek modal menentukan keberhasilan wirausaha.					

MINAT BERWIRAUSAHA (Y)

Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1. Anda tertarik untuk berwirausaha agar dapat memiliki penghasilan sendiri.					
2. Saya tertarik untuk berwirausaha karena dengan berwirausaha akan menjamin masa depan.					
3. Saya tertarik berwirausaha karena dengan hasil yang didapatkan dapat membantu orang banyak.					

4. Saya tertarik berwirausaha karena penghasilan dan waktu saya tidak terbatas					
--	--	--	--	--	--

LAMPIRAN 2: SKOR KUESIONER

No	Media Sosial						Total	Rata-rata	Pengetahuan Kewirausahaan			Total	Rata-rata	Minat Berwirausaha				Total	Rata-rata
	1	2	3	4	5	6			1	2	3			1	2	3	4		
1	4	4	5	3	4	4	24	4,00	5	5	3	13	4,33	3	3	3	3	12	3,00
2	4	5	2	5	5	3	24	4,00	4	4	5	13	4,33	5	3	4	4	16	4,00
3	5	5	4	4	5	3	26	4,33	5	4	5	14	4,67	3	3	2	5	13	3,25
4	5	5	2	5	3	2	22	3,67	5	5	4	14	4,67	5	4	5	3	17	4,25
5	5	5	5	5	3	3	26	4,33	4	4	4	12	4,00	5	5	5	5	20	5,00
6	5	4	4	5	4	3	25	4,17	5	5	4	14	4,67	5	4	4	5	18	4,50
7	4	4	4	2	3	4	21	3,50	5	5	5	15	5,00	4	4	5	5	18	4,50
8	5	5	2	5	5	4	26	4,33	5	5	3	13	4,33	4	5	5	3	17	4,25
9	5	5	5	3	5	3	26	4,33	4	5	4	13	4,33	4	3	2	5	14	3,50
10	5	5	2	5	4	4	25	4,17	4	5	3	12	4,00	4	3	3	4	14	3,50
11	4	5	4	2	5	3	23	3,83	5	5	5	15	5,00	4	3	4	4	15	3,75
12	4	5	3	3	5	4	24	4,00	5	5	4	14	4,67	3	4	5	4	16	4,00
13	5	5	5	5	4	3	27	4,50	5	3	2	10	3,33	4	5	3	5	17	4,25
14	5	5	4	4	5	4	27	4,50	3	5	5	13	4,33	5	4	5	4	18	4,50
15	3	5	2	4	4	5	23	3,83	5	5	5	15	5,00	3	5	5	4	17	4,25
16	5	4	4	5	3	2	23	3,83	4	4	2	10	3,33	5	4	4	5	18	4,50
17	4	4	5	4	3	2	22	3,67	4	4	5	13	4,33	4	4	5	4	17	4,25

18	4	3	2	5	3	2	19	3,17	3	3	5	11	3,67	4	3	5	5	17	4,25
19	2	5	3	3	5	2	20	3,33	3	5	3	11	3,67	4	5	3	5	17	4,25
20	3	4	5	3	3	5	23	3,83	3	4	3	10	3,33	3	4	3	4	14	3,50
21	3	4	2	5	5	5	24	4,00	3	3	2	8	2,67	3	4	4	5	16	4,00
22	5	5	5	5	5	4	29	4,83	5	5	2	12	4,00	5	5	3	5	18	4,50
23	5	3	5	5	5	4	27	4,50	3	5	3	11	3,67	5	5	5	5	20	5,00
24	5	5	2	4	5	3	24	4,00	5	5	5	15	5,00	5	5	5	4	19	4,75
25	4	5	4	3	5	3	24	4,00	4	3	4	11	3,67	4	5	4	5	18	4,50
26	5	3	5	3	5	3	24	4,00	5	4	5	14	4,67	5	4	5	4	18	4,50
27	5	5	2	5	5	4	26	4,33	5	3	3	11	3,67	5	5	5	5	20	5,00
28	4	4	4	5	5	5	27	4,50	3	4	4	11	3,67	4	4	4	5	17	4,25
29	4	3	5	4	4	4	24	4,00	4	4	5	13	4,33	4	4	5	4	17	4,25
30	3	5	4	4	4	5	25	4,17	3	5	2	10	3,33	3	5	4	4	16	4,00
31	4	4	2	4	5	4	23	3,83	4	4	2	10	3,33	4	4	3	4	15	3,75
32	5	3	5	3	4	4	24	4,00	5	4	3	12	4,00	5	4	3	5	17	4,25
33	4	5	3	3	4	5	24	4,00	4	5	3	12	4,00	4	5	3	4	16	4,00
34	4	5	2	3	5	4	23	3,83	4	3	5	12	4,00	4	5	5	3	17	4,25
35	5	3	2	5	3	3	21	3,50	5	5	5	15	5,00	5	5	3	5	18	4,50
36	4	5	5	5	5	4	28	4,67	4	3	5	12	4,00	4	5	5	5	19	4,75
37	5	3	2	5	3	3	21	3,50	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	20	5,00
38	3	5	5	3	5	5	26	4,33	4	5	4	13	4,33	3	5	5	5	18	4,50

39	5	3	5	3	5	4	25	4,17	5	4	5	14	4,67	5	4	5	4	18	4,50
40	3	5	5	4	4	5	26	4,33	5	5	5	15	5,00	3	5	5	4	17	4,25
41	5	5	5	4	5	5	29	4,83	4	5	2	11	3,67	5	5	5	4	19	4,75
42	3	3	2	5	5	4	22	3,67	4	4	4	12	4,00	3	4	5	5	17	4,25
43	5	4	5	5	4	4	27	4,50	5	4	5	14	4,67	5	4	5	5	19	4,75
44	4	5	5	5	4	5	28	4,67	4	3	5	12	4,00	4	5	5	5	19	4,75
45	4	3	4	2	3	3	19	3,17	3	3	3	9	3,00	4	5	3	5	17	4,25
46	5	5	4	3	3	3	23	3,83	5	3	4	12	4,00	5	5	4	4	18	4,50
47	3	5	5	5	3	4	25	4,17	3	3	2	8	2,67	3	5	3	5	16	4,00
48	5	5	5	2	3	4	24	4,00	5	4	5	14	4,67	5	5	3	5	18	4,50
49	5	5	5	5	4	3	27	4,50	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	20	5,00
50	5	5	4	2	5	3	24	4,00	5	4	4	13	4,33	5	5	4	5	19	4,75
51	4	5	5	5	4	5	28	4,67	4	4	5	13	4,33	4	5	5	5	19	4,75
52	5	5	5	4	4	3	26	4,33	4	5	5	14	4,67	5	5	5	4	19	4,75
53	3	5	5	3	5	5	26	4,33	4	3	2	9	3,00	3	5	5	5	18	4,50
54	4	3	4	4	3	4	22	3,67	4	3	3	10	3,33	4	3	4	4	15	3,75
55	3	5	5	3	3	3	22	3,67	3	5	5	13	4,33	3	5	5	5	18	4,50
56	4	5	5	5	5	4	28	4,67	4	5	5	14	4,67	4	5	5	5	19	4,75
57	3	4	5	5	5	5	27	4,50	3	4	5	12	4,00	3	4	5	5	17	4,25
58	5	5	4	5	4	4	27	4,50	5	5	3	13	4,33	5	5	4	5	19	4,75
59	5	5	5	3	5	5	28	4,67	5	5	5	15	5,00	5	5	3	5	18	4,50
60	5	5	4	4	5	3	26	4,33	4	5	4	13	4,33	5	5	3	4	17	4,25
61	5	5	2	5	5	5	27	4,50	4	3	5	12	4,00	5	5	5	5	20	5,00

62	5	5	5	3	3	5	26	4,33	5	5	3	13	4,33	5	5	5	4	19	4,75
63	4	5	5	5	5	3	27	4,50	5	5	5	15	5,00	4	5	5	5	19	4,75
64	5	4	4	5	5	3	26	4,33	5	5	5	15	5,00	5	4	4	5	18	4,50
65	5	5	2	5	5	5	27	4,50	5	3	4	12	4,00	5	5	5	5	20	5,00
66	5	5	4	3	3	3	23	3,83	5	4	3	12	4,00	5	5	4	4	18	4,50
67	5	5	2	5	4	4	25	4,17	4	5	5	14	4,67	5	5	3	5	18	4,50
68	4	5	5	4	5	3	26	4,33	4	3	4	11	3,67	4	5	5	4	18	4,50
69	5	5	5	4	3	5	27	4,50	5	5	3	13	4,33	5	5	5	4	19	4,75
70	5	5	2	3	5	3	23	3,83	5	5	3	13	4,33	5	5	5	3	18	4,50
71	3	5	5	5	5	5	28	4,67	5	4	5	14	4,67	3	5	5	5	18	4,50
72	4	5	2	5	4	4	24	4,00	5	5	4	14	4,67	4	5	5	5	19	4,75
73	3	4	5	5	5	5	27	4,50	4	4	3	11	3,67	3	4	5	5	17	4,25
74	5	5	5	3	4	3	25	4,17	5	5	5	15	5,00	5	5	5	4	19	4,75
75	4	5	3	3	4	3	22	3,67	4	5	3	12	4,00	4	2	3	3	12	3,00
76	3	4	5	5	3	5	25	4,17	3	5	5	13	4,33	4	4	4	2	14	3,50
77	5	4	5	5	5	5	29	4,83	5	5	5	15	5,00	5	5	2	5	17	4,25

LAMPIRAN 3: ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Uji Validitas Variabel Media Sosial

	Nilai Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}
1	0,470
2	0,482
3	0,624
4	0,513
5	0,612
6	0,433

Uji Validitas Variabel Pengetahuan Kewirausahaan

	Nilai Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}
1	0,552
2	0,419
3	0,466

**Uji Validitas Variabel Minat
Berwirausaha**

	Nilai Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}
1	0,661
2	0,607
3	0,583
4	0,692

Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha of Item Deleted
Media Sosial	0,722
Pengetahuan Kewirausahaan	0,890
Minat Berwirausaha	0,817

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	.653 ^a	.519	.609	1.71596	1.771

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

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.094	2	15.547	5.280	.007 ^a
	Residual	217.893	74	2.945		
	Total	248.987	76			

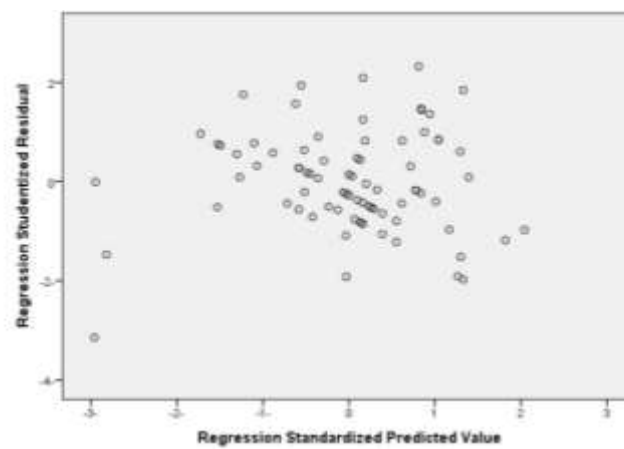
a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Pengetahuan
Kewirausahaan

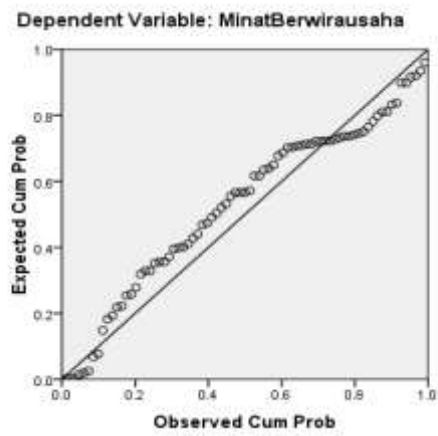
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.628	2.412		3.991	.000
	Media Sosial	.224	.085	.289	2.644	.010
	Pengetahuan Kewirausahaan	.177	.111	.174	1.588	.016

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha





Histogram

