TATA KELOLA
Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia
Volume 9 No. 1 (2022)
P-ISSN: 2722-4937, E-ISSN: 2722-4961
Website: http: pasca-umi.ac.id/index.php/jms

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia

Angri Aputra, Sukmawati, Nurhayati Aziz

[1] Program Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia Makassar.
[2,3] Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia, Makassar.

Abstrak
Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganilisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis kuantitatif dan kualitatif. Data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu metode non probability sampling yang dipilih yaitu dengan sampling jenuh (sensus) yaitu semua anggota populasi digunakan menjadi sampel dengan jumlah sampel 94 mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Kata Kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, Media Sosial, Minat Berwirausaha.

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di dunia. Indonesia menempati peringkat ke 4 dunia setelah Cina, India dan Amerika Serikat sebagai negara dengan penduduk terbanyak. Para pencari kerja di Indonesia tidak diimbangi dengan banyaknya lapangan kerja yang mengakibatkan banyak orang tidak mendapatkan kesempatan kerja, akibatnya jumlah pengangguran semakin bertambah. Setiap tahun banyak mahasiswa yang lulus dari perguruan tinggi maupun swasta yang dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Hal ini harusnya dapat memberikan keuntungan besar untuk perekonomian di Indonesia. Namun masih banyak pengangguran di Indonesia karena dunia usaha tidak mampu menampung seluruh calon tenaga kerja yang ada. Negara maju rata-rata 14 persen dari total penduduk usia kerja adalah enterpreneur, sementara di Indonesia hanya mencapai 3,47 persen berdasarkan data BPS, jumlah wirausaha BPS meningkat 3,47 persen. Sebelumnya 1,67 persen dari 225 juta penduduk Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki menyampaikan bahwa berwirausaha menjadi pilihan strategis bagi para milenial dan berpotensi sangat baik bagi perekonomian bangsa. Menyusul, jumlah wirausaja di Indonesia masih rendah, sehingga ada tantangan besar untuk mendorong kewirausahaan di Tanah Air. Selain tekat kemandirian yang tinggi, milenial juga sangat dinamis. Potensi ini juga kita tangkap dalam rangka meningkatkan rasio kewirausahaan Indonesia yang saat ini baru 3,47 persen saja relatif rendah dibandingkan Thailand 4,26 persen, Malaysia 4,74 persen, dan Singapura 8,76 persen," kata Teten dalam acara kagama inkubasi bisnis xx bertema Daya Tahan UMKM di Masa Pandemi Strategi Inovasi UMKM agar Tangguh dan Berkembang di Masa Sulit. Penyebab rendahnya tingkat kewirausahaan yakni sistem pendidikan yang kurang mendorong mahasiswanya untuk berkembang menjadi seorang pengusaha. Status wirausahawan saat ini masih dipandang sebelah mata oleh masyarakat. Berwirausaha dianggap sebuah profesi yang kurang menjanjikan, perlu waktu lama untuk bisa menjadi seorang yang sukses. Kita masih melihat betapa lulusan sarjana masih berbondong-bondong melamar menjadi ASN (Aparatur Sipil Negara) dibandingkan memanfaatkan dan menerapkan

pengetahuan yang diperolehnnya untuk menciptakan lapangan kerja baru minimal untuk dirinya sendiri. Pengusaha patut didorong karena memiliki potensi besar. Apalagi Indonesia baik dari sudut demografi dan kekayaan alam, bisa mengembangkan diri menjadi suatu komunitas pengusaha muda.Untuk menjadi seorang wirausahawan, seseorang semestinya harus mengetahui terlebih dahulu apa tujuan kewirausahaan yang hendak dibangunnya. Tujuan kewirausahaan penting untuk dipikirkan untuk seseorang menjadi pengusaha sukses.

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan wirausaha. Lalu apa arti dari wirausaha itu sendiri? Secara harafiah, wirausaha terdiri dari dua kata, yakni wira dan usaha. Wira adalah kata yang memiliki arti keberanian, sementara usaha berarti bisnis. Berdasarkan pengertian tersebut, kewirausahaan dapat pula diartikan sebagai keberanian seseorang untuk melakukan sebuah bisnis. Kewirausahaan adalah sebuah proses seseorang dalam mengejar peluang yang ada untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Peluang tersebut diwujudkan dalam bentuk inovasi dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada. Kewirausahaan merupakan proses yang dinamis, yakni menciptakan sesuatu dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal, jasa dan tentunya resiko. Kewirausahaan dapat membantu sebuah negara untuk berkembang secara ekonomi. Selain mengurangi jumlah pengangguran, kewirausahaan juga dapat meningkatkan jumlah pendapatan pajak negara. Dengan adanya kewirausahaan, masyarakat juga dapat menjadi lebih mandiri, tidak lagi tergantung pada gaji yang dibayarkan oleh negara. Wirausaha adalah profesi yang penuh resiko. Sedikit kesalahan dapat membawa bentuk kerugian yang luar biasa. Menukil data BPS tahun 2016, dari jumlah angkatan kerja di Indonesia yang mencapai 160.369.800 jiwa, 40 persen di antaranya tergolong generasi milenial, yakni sebesar 62.570.920 jiwa. Angka tersebut merupakan terbanyak kedua setelah Generasi X yang mencapai 69.003.270 jiwa. Potensi yang sedemikian besar, wajar bila milenial merupakan potensi terbaik untuk dibimbing menjadi wirausaha cemerlang. Hal ini dikarenakan generasi milenial dapat menghasilkan kesejahteraan keuangan yang lebih besar di masa yang akan datang. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan para mahasiswa perguruan tinggi dipercaya merupakan salah satu alternatif jalan keluar untuk mengurangi tingkat pengangguran. Karena itu, para sarjana lulusan perguruan tinggi perlu diarahkan untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja, namun dapat dan siap menjadi pencipta pekerjaan juga. Jiwa wirausaha tidak muncul dengan sendirinya melainkan harus dibangun dalam sebuah sistem, yaitu dengan memperkenalkan kewirausahaan dalam perkuliahan, seminar kewirausahaan ataupun pelatihan khusus untuk membangun jiwa kewirausahaan mahasiswa dalam melakukan kewirausahaan.

Peranan Universitas dalam memotivasi lulusan menjadi seorang wirausaha sangat penting dalam menumbuhkan jumlah wirausaha. Terbukti dengan semua perguruan tinggi di Indonesia telah memasukan mata kuliah pokok yang wajib ditempuh oleh semua mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan tetapi membentuk sikap, prilaku, dan pola pikir seorang wirausahawan. Pendidikan kewirausahaan juga dapat meningkatkan minat para mahasiswa untuk memilih kewirausahaan sebagai salah satu pilihan karir menjadi pegawai swasta, ASN, atau pegawai BUMN dan dimana secara signifikan dapat mengarahkan sikap, prilaku, dan minat kearah kewirausahaan. Dengan demikian meningkatnya jumlah pengusaha dari lulusan Universitas akan mengurangi pertambahan pengangguran dan menciptakan lapangan pekerjaan. Menurut (Alma, 2013) Ada beberapa faktor kritis seseorang untuk berwirausaha yaitu personal yang menyangkut aspek-aspek keperibadian seseorang, sociological yang menyangkut masalah hubungan dengan keluarga, dan environtal yang menyangkut hubungan dengan lingkungan yaitu pergaulan teman sebaya dan faktor pendidikan kewirausahaan yang menciptakan hasil belajar kewirausahaan. Lingkungan pergaulan adalah tempat menjalin hubungan sosial antara seseorang dengan orang lain yang berlangsung dalam jangka relatif lama sehingga terjadi saling mempengaruhi satu dengan lainnya, Seorang entrepreneur harus dapat memanfaatkan dan memberdayakan lingkungan sekitarnya dengan efektif dan efesien, lingkungan terdekat dan utama bagi individu. Lingkungan keluarga terdiri dari ayah, ibu, saudara dan seluruh keluarga terdekat lainnya. Dalam keluarga salah satunya ayah atau ibu akan mempengaruhi anaknya mengenai masa depannya khususnya dalam pemilihan lapangan pekerjaan yang akan dipilih. Semakin orang tua memberikan dorongan atau pengaruh untuk anaknya dalam berwirausaha, maka anak akan cenderung berminat dan menentukan pilihan sebagai wirausaha. Begitu pula sebaliknya, apa bila orang tua memberikan larangan atau tidak ada dukungan kepada anak untuk menjadi wirausaha, maka akan menjadi sebuah hambatan bagi anak untuk berwirausaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa, banyak orang tua yang menginginkan anaknya untuk menjadi ASN dilihat dari jawaban dari mahasiswa manajemen yang memilih menjadi ASN dilatar belakangi oleh dukungan dari orang tua. Sikap dan aktivitas sesama anggota keluarga secara langsung ataupun tidak langsung akan saling mempengaruhi, misalnya orang tuanya berwirausaha maka akan timbul minat untuk berwirausaha. Apabila keluarga mendukung maka akan tinggi minat seseorang dalam berwirausaha dari pada tidak didukung oleh keluarga. Hampir setiap kampus di indonesia menerapkan dan memasukan mata kuliah kewirausahaan guna mendorong mahasiswa tidak lagi bergantungan mencari lapangan pekerjaan akan tetapi membuka lapangan pekerjaan, dan beberapa kampus juga mempunyai kopma (koperasi mahasiswa) dan ukmk (unit kegiatan kewirausahan) guna mempraktekan ilmu yang sudah mereka pelajari. Era digitalisasi saat ini mungkin apa pun bisa dikaitkan dengan internet. Konsumen juga mulai mengubah perilakunya untuk melakukan pembelanjaan secara online sehingga seorang wirausahawan harus memikirkan bahwa sosial media merupakan salah satu opsi dalam mengembangkan usaha. menurut Eswanto Sugeng & Siti Laela (2018:5), Media sosial merupakan salah satu faktor yang dapat menunjang kegiatan berwirausaha saat ini, karena media sosial dapat memberikan terobosan untuk merubah pola pikir para pelaku wirausaha serta menjadi sarana untuk menggaet para konsumen. Kehadiran internet mengubah cara hidup dan aktivitas manusia sehari-hari. Peran media sosial semakin diakui dalam meningkatkan kinerja bisnis ataupun merek di era saat ini. Pengembangan produk berbasis teknologi yang berdasarkan kebermanfaatan dan kemudahan dalam penggunaan juga memiliki pengaruh yang penting dalam membentuk niat beli konsumen (Mardiyanto et al., 2019a) Tetapi dengan terus meningkatnya pengguna internet dari tahun ke tahun, bukan tidak mungkin di masa depan pelaku pemasaran melalui media sosial bakal menyamai wirausahawan yang masih menggunakan cara konvensional untuk memulai bisnis (Mardiyanto et al., 2019b) Mengembangkan kreativitas dalam berwirausaha terutama di kalangan mahasiswa dengan penggunaan media sosial online yang begitu signifikan karena media sosial seperti tiktok dan Instagram merupakan solusi yang paling baik untuk belajar secara mandiri, dan menjadi salah satu dampak positif bagi penggunaan media sosial itu sendiri. Media sosial tengah menjadi tren masyarakat secara global. Fungsi media sosial awalnya adalah untuk menghubungkan berbagai lapisan masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi tersebut telah berevolusi menjadi tempat untuk berbisnis bagi para pelaku usaha. Tren ini dimanfaatkan oleh para pengusaha yang sebagian besar adalah pebisnis muda. Abad ini dikenal dengan revolusi industri 4.0, dimana siapa yang menguasai informasi, maka akan menguasai dunia. Dan derasnya informasi yang ada di dukung dengan lahirnya alat komunikasi pendukungnya yang dikenal dengan smartphone atau sosial media. Saat ini internet tidak hanya untuk mencari informasi dan berkomunikasi, namun juga untuk kegiatan ekonomi. Transaksi jual beli yang awalnya dilakukan dengan bertemu langsung antara penjual dan pembeli, kini mulai berubah. Proses jual-beli barang dan jasa dapat dilakukan dalam genggaman jari yang berbasiskan jaringan internet. Fenomena inilah yang di sebut E-Commerce.

Di tengah pandemi Covid-19, setidaknya masih ada tren positif yang muncul. Menurut Bank Indonesia (BI), dalam Publikasinya yang berjudul Laporan Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Bank Indonesia Triwulan III (2020) salah satu tren positif yang muncul adalah peningkatan transaksi di platform digital. Total nilai transaksi e-commerce nampak terus meningkat pada Triwulan ke III tahun 2020, seiring dengan adanya pandemi yang membelenggu aktivitas masyarakat. Sejalan dengan kenaikan transaksi e-commerce, transaksi digital banking dan transaksi uang elektronik juga meningkat. Media sosial merajai konten internet sebagai yang paling sering diakses netizen. Tercatat 97,4 persen orang Indonesia mengakses akun media sosial saat mengunakan internet. Menurut Analytic Data Advertising (ADA), aktivitas belanja online naik 400% sejak Maret 2020 akibat pandemi ini. Bank Indonesia (BI) mencatat, transaksi pembelian lewat e-commerce pada bulan Maret 2020 mencapai 98,3 juta transaksi. Angka itu meningkat 18,1% dibanding dengan Februari. Tak hanya itu, total nilai transaksi e-commerce pun meningkat 9,9% menjadi Rp 20,7 triliun dari bulan Februari 2020. Di era digital saat ini, masyarakat dengan mudahnya melakukan transaksi virtual dalam berbelanja, contohnya cash on delivery (COD), e-wallet, rekening bersama, transfer. Banyak faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi seorang wirausahaan diantaranya adalah faktor pembelajaran kewirausahaan dan faktor lingkungan sosial pada mahasiswa. Pembelajaran kewirausahaan merupakan upaya yang sengaja dilakukan oleh pendidik untuk membelajarkan peserta didik tentang kewirausahaan sehingga dapat meningkatkan kemampuan kreatif dan inovatif untuk menciptakan suatu peluang usaha. Pembelajaran kewirausahaan diharapkan mampu memberikan

tidak hanya pada landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan tetapi membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir seorang wirausahawan sehingga mampu mengurangi tingginya angka pengangguran, khususnya dari kalangan terdidik (sarjana). Terkhusus Universitas Muslim Indonesia telah memasukan mata kuliah kewirausahaan dalam kurikulumnya. Dalam perkuliahan telah diberi teori-teori kewirausahaan. Selain itu Universitas Muslim Indonesia mempunyai Unit Kegiatan Mahasiswa Kewirausahaan. Adapun salah satu tujuan adalah membentuk wirausaha muda yang tangguh dan berkarter islam, agar setelah lulus nanti bisa menjadi wirausaha yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan sehingga jumlah pengganguran akan berkurang. Berdasarkan latar belakang sebagaimana diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha Mahasiswa. Apakah lingkungan pergaulan berpengaruh terhadap minat berwirausahaa Mahasiswa. Apakah media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausahaa Mahasiswa.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

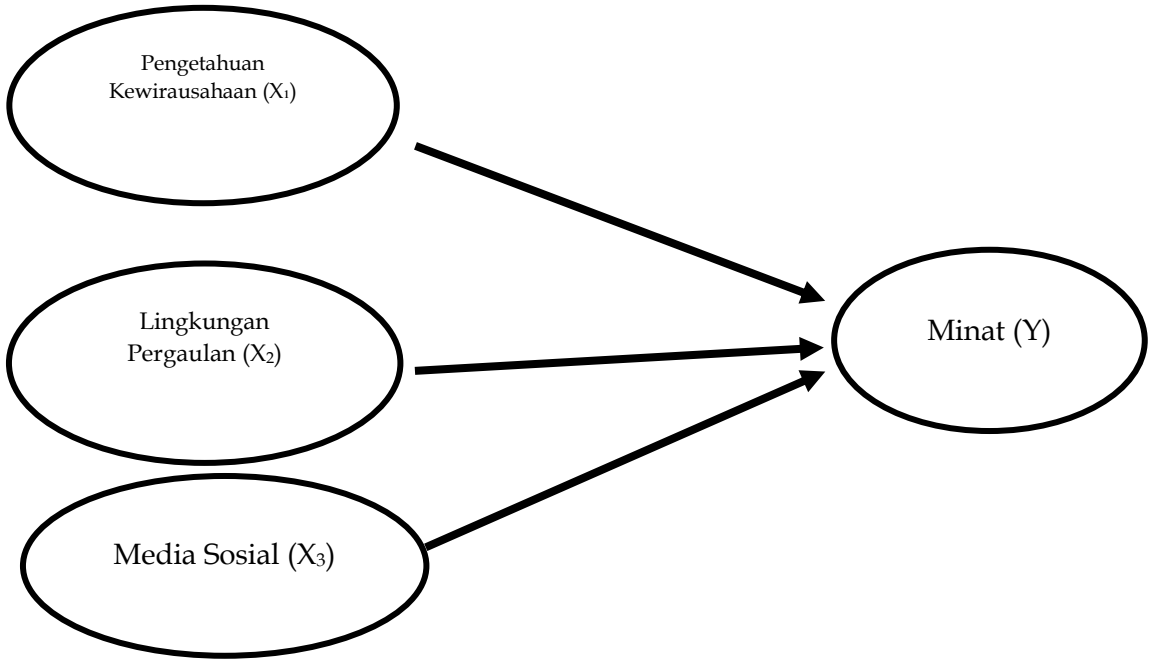
Menurut penelitian (Muhammad Fauzy, 2019) di Skripsi yang berjudul pengaruh media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi bisnis dan ilmu sosial universitas pelita bangsa konsentrasi kewirausahaan angkatan tahun 2015) Berpengaruh positif dan Signifikan. Konsep pengetahuan kewirausahaan Menurut (Daryanto, 2012) Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Sedangkan menurut (Hendro, 2011) Kewirausahaan adalah kemampuan diri untuk mengelola sesuatu yang sudah ada dalam diri seseorang untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan sehingga akan berguna dimasa depan.

2.2. Hubungan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha

Menurut Penelitian (Amanda, 2018) yang berjudul Pengaruh pembelajaran kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan latar belakang ekonomi keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa S1 universitas negeri Yogyakarta Berpengaruh Positif dan signifikan. Konsep Lingkungan pergaulan Menurut (Amanda, 2018) Wirausaha juga harus mengenal lingkungannya dengan baik untuk kepentingan hidupnya. Manusia hidup untuk belajar dan berusaha/bekerja. Lingkungan mendukung setiap aktifitas berusaha dan belajar yang dilakukan seseorang. Seorang entrepreneur harus mampu memberdayakan dan memanfaatkan apa yang ada dilingkungannya. Lingkungan dapat diklasifikasikan menjadi lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.

2.3. Hubungan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Menurut Penelitian (Muhammad Fauzy, 2019) di Skripsi yang berjudul pengaruh media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi bisnis dan ilmu sosial universitas pelita bangsa konsentrasi kewirausahaan angkatan tahun 2015) Berpengaruh positif dan Signifikan Konsep Media Sosial (Kartajaya : 2008, dalam Sahroh Aida Fatimatus : 2018). Media sosial merupakan gabungan antara aspek sosiologi dan aspek teknologi yang mengubah monolog (one to many) menjadi sebuah dialog (many to many) serta merupakan inovasi dari sebuah informasi yang mengubah cara berfikir seseorang yang biasanya hanya membaca konten menjadi seseorang yang mampu menerbitkan sebuah konten. Konsep Minat Menurut (Syahruddin, 2013) Minat adalah kecenderungan dan kegairahaan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Menurut (Selameto, 2010) Mengembangkan minat terhadap sesuatu pada dasarnya adalah membantu siswa melihat bagaimana hubungan antara materi diharapkan untuk dipelajarinya dengan dirinya sendiri sebagai individu. Proses ini berarti menunjukkan pada siswa bagaimana pengetahuan tertentu mempengaruhi dirinya, melayani tujuan-tujuannya, dan memuaskan kebutuhan-kebutuhannya. Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dapat ditanyakan dalam skema kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

2.4. Hipotesis

a. Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap mahasiswa Ukm Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia
b. Lingkungan pergaulan berpengaruh positif dan signifikan terhadap mahasiswa Ukm Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia
c. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Mahasiswa Ukm Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia

3. Metode Penelitian

3.1. Kriteria Sampel

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muslim Indonesia dengan pertimbangan bahwa untuk mengetahui apa yang menyebabkan mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia berwirausaha sehingga diperlukan data dan masih perlu di tingkatkan dengan baik. Adapun waktu yang dipergunakan dalam penelitian 2 bulan, mulai Januari Sampai Februari 2022. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah seluruh jumlah anggota Ukm Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia dari 2018 Sampai 2021 yaitu 94 orang yang terdiri dari beberapa fakultas di Universitas Muslim Indonesia. Yaitu Fakultas Agama 37 responden, Fakultas Ekonomi dan Bisnis 31 responden, fakultas Farmasi 5 responden, fakultas Hukum 2 responden, fakultas Kesehatan masyarakat 4 responden, fakultas Perikanan 2 responden, fakultas pertanian 9 responden, fakultas Sasta 2 responden, fakultas teknologi industri 2 responden, Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode sampel jenuh. Metode sampel jenuh adalah Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel.

3.2. Teknik analisis data

1) Uji Instrument Penelitian. Instrumen pengukur seluruh variabel pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket, disampaikan kepada responden untuk dapat

memberikan pernyataan sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialaminya. Angket sebagai instrumen harus memenuhi persyaratan utama, yaitu valid dan reliabel.

- Uji Validitas. validitas data digunakan sebagai alat untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid atau sah, jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner dengan menggunakan korelasi bivariate. Menurut (Sugiono, 2004) apabila validitas setiap pernyataan lebih besar 0,60 maka butir pertanyaan valid.
- Uji Reliabilitas. Reliabilitas adalah suatu indeks tentang sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Jika suatu alat ukur dapat digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya diproses relatif secara konsisten, maka alat ukur tersebut dianggap reliable. Artinya suatu alat ukur yang digunakan konsisten dalam mengukur gejala yang sama. Menurut (Sugiono, 2004) bahwa uji reliabilitas ditentukan dengan koefisien Cronbach's Alpha dengan mensyaratkan suatu instrument yang reliable jika memiliki koefisien Cronbach's Alpha di atas 0,60.

2) Analisis Deskriktif dan Regresi linier berganda. Analisis deskriptif, yaitu digunakan untuk menguraikan secara karakteristik responden dan variabel-variabel penelitianmelalui distribusi frekuensi, rata-rata dan persentase. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahan, lingkungan pergaulan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa universitas muslim Indonesia, dengan menggunakan rumus (Sugiono, 2004) sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = bo + b_1X_1 + b2x2 + b3X3 + e}$$

Dimana:
Y = Minat
X_1 = Pengetahuan Kewirausahaan
X2 = Lingkungan Pergaulan
X3 = Media Sosial
bo = Konstanta
b_1-b3 = Koefisien regresi
e = Standar error

3) Pengujian Hipotesis yang digunakan adalah:
- Uji R dan R^2. Koefisien korelasi R menunjukkan besar kecilnya keeratan hubungan (korelasi) antara variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat. Sedangkan nilai R^2 menunjukkan koefisien determinasi yaitu mengukur besar persentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh perubahan variabel bebas secara bersama-sama.
- Uji F (Fisher). Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap varibel terikat. Dimana Fhitung > Ftabel, maka H1 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya apabila Fhitung < Ftabel, maka H0 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan probability sebesar 5% (α= 0,05).

  Jika sig > ά (0,05), maka H0 diterima H1 ditolak.
  Jika sig < ά (0,05), maka H0 ditolak H1 diterima.

- Uji-t (parsial). Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X_1, X2, dan X3) secara parsial (sendiri-sendiri) dengan variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel pada taraf signifikan 5 %. Adapun persyaratan uji-t adalah sebagai berikut: Jika t-hitung > t-tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh diantara kedua variabel yang akan diuji. Jika t-hitung < t-tabel,

maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak ada pengaruh diantara kedua variabel yang akan diuji.

4) Uji Asumsi Klasik
   - Normalitas. Dalam melakukan uji regresi disyaratkan agar data yang digunakan normal. Pada penelitian ini untuk mengetahui normalitas distribusi data dilakukan dengan melihat nilai residual pada model regresi yang akan diuji. Jika, residual berdistribusi normal maka nilai sebaran data akan terletak di sekitar garis lurus (Sugiono, 2004). Normal-tidaknya distribusi data suatu peubah ditunjukkan oleh besarnya nilai Asymptotic significant dari aplikasi alat uji One-sample Kolmogorov-Smirnov. Apabila Asymptotic significant data lebih besar daripada 5%, maka data tersebut tergolong memiliki pola distribusi normal. Sebaliknya, apabila Asymptotic significant kecil daripada atau sama dengan 5%, maka data dimaksud memiliki pola distribusi tidak normal (Hair, et.al, 1998).
   - Uji Multikolinearitas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi bebas (independen). Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel bebas. Keberadaan multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai VIF (Variance Inflation Factors) atau nilai toleransinya. Keberadaan multikolinearitas dapat diketahui apabila nilai VIF > 10 atau secara kebalikannya dengan melihat nilai toleransinya < 0,1 dan sebaliknya. Bila nilai VIF dari masing-masing variabel < 10, dan nilai toleransinya > 0,1, maka dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas atau hubungan yang terjadi antar variabel bebas dapat ditoleransi sehingga tidak akan mengganggu hasil regresi.
   - Uji Heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam regresi, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tidak memiliki pola tertentu. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar satu varians dari residual yang disebut heterokedastisitas, sedangkan adanya gejala varians residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain disebut homokedastisitas. Heterokedastisitas akan muncul apabila terdapat pola tertentu antar keduanya seperti pola bergelombang dan kontinyu atau menyempit atau melebar teratur. Homokedastisitas akan muncul apabila tidak diperoleh pola yang jelas atau titik-titik yang diperoleh menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga tidak menghasilkan parameter bias yang menyebabkan kesalahan dalam perlakuannya.
   - Uji Linearitas. Pengujian linearitas ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui, apakah hubungan antara variable bebas(independent variables) dan variabel terikat (dependent variable) bersifat linear atau tidak. Uji linieritas dilakukan dengan melihat scatter plot antara standar residual dengan prediksinya. Bila sebaran tidak menunjukkan pola tertentu maka dikatakan asumsi linieritas memenuhi syarat.
5) Pengujian Autokorelasi. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi serial (korelasi antara data dalam satu variabel). Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dalam penelitian ini digunakan uji Durbin Watson (DW).

3.3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Definisi operasional digunakan agar memberikan batasan terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Indikator yang digunakan adalah: (a) Mencari peluang usaha (b) menciptakan kreatifitas dan inovasi, (c) mengukur kemampuan dan (d) berani mengambil resiko, (e) inovatif dalam menyelesaikan pekerjaan. Skor penilaian menggunakan skala likert, yakni: sangat setuju (5), setuju (4), cukup setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

2. Lingkungan Pergaulan (X2) adalah tempat menjalin hubungan sosial antara seseorang dengan orang lain yang berlangsung dalam jangka relative lama sehingga terjadi saling mempengaruhi satu sama lain, seorang entrepreneur harus dapat memanfaatkan dan memberdayakan lingungan sekitarnya dengan efektif dan efesien Indikator yang digunakan adalah: (a) Lingkungan keluarga (b)Lingkungan kampus, (c) Lingkungan Masyarakat, (d) Lingkungan sekitar, (e) Lingkungan organisasi. Skor penilaian menggunakan skala likert, yakni: sangat setuju (5), setuju (4), cukup setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).
3. Media Sosial (X3) adalah merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya indicator sosial media yaitu: (a)partisipasi (b) keterbukaan (c) komunikasi (d)keterampilan (e) kebutuhan sosial media, Skor penilaian menggunakan skala likert, yakni: sangat setuju (5), setuju (4), cukup setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).
4. Minat berwirausaha (Y) adalah merupakan sebuah ketertarikan seseorang terhadap dunia bisnis yang memililki banyak resiko dan mental yang kuat untuk mendapatkan keuntungan maksimal indikator terdiri atas: (a) perasaan tertarik menjadi wirausaha , (b) perasaan senang menjadi wirausaha (c) keinginan menjadi wirausaha , (d) perhatian terhadap kegiatan wirausaha (e)keterlibatan dalam kegiatan wirausaha Skor penilaian menggunakan skala likert, yakni: sangat setuju (5), setuju (4), cukup setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Deksripsi Variabel

Deskripsi hasil yang digunakan adalah dalam penelitian ini akan menampilkan jawaban responden dalam bentuk distribusi frekuensi. Deskripsi ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing – masing indikator dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sehingga dapat diketahui kondisi masing – masing variabel tersebut secara umum. Penelitian ini menggunakan satu variabel terikat yaitu: Minat Berwirausaha. Dan tiga variabel bebas yaitu: Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Lingkungan Pergaulan (X2), Media Sosial (X3). Adapun masing – masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut :

- Minat Berwirausaha (Y)

Tabel 1. Deskripsi variabel minat berwirausaha

Indikator	Frekuensi Jawaban (Responden)					Mean
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. Mahasiswa terdorong berwirausaha karena melihat orang yang sukses dalam berwirausaha		1	17	45	31	4,12
2. Mahasiswa tertarik berwirausaha karena merupakan pekerjaan yang sangat bergengsi		2	2	55	35	4,30
3. Menjadi wirausaha merupakan *passion* saya		1	21	50	22	3,98
4. Mahasiswa selalu mengikuti kegiatan seminar tentang wirausaha dan bergabung ke komunitas-komunitas wirausaha	1	4	15	55	19	3,92
5. Mahasiswa selalu aktif bertanya mengenai kewirausahaan pada dosen pengajar mata kuliah kewirausahaan atau orang yang sudah menjalankan usaha.		2	11	44	37	4,23

Sumber: data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat di jelaskan bahwa Kecenderungan dari data tersebut menunjukkan bahwa minat berwirausaha masih tergolong baik, dapat dilihat pada indikator yang paling dominan kebanyakan mahasiswa memilih setuju memberikan pengertian bahwa masih banyak dari mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha yang tinggi dimana dengan berwirausaha akan memberikan

pengalaman yang baru bagi mahasiswa yang ingin memiliki pemasukan tambahan sehingga dapat hidup secara mandiri.

- Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

Tabel 2.Deskripsi variabel pengetahuan kewirausahaan

Indikator	Frekuensi Jawaban (Responden)					Mean
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. Pengetahuan kewirausahaan yang sudah saya dapatkan membantu untuk membuka peluang bisnis/usaha.		1	13	38	42	4,28
2. Dengan pengetahuan kewirausahaan mahasiswa dapat menciptakan lingkungan pergaulanyang diminati konsumen.		2	15	42	35	4,17
3. Kegiatan praktek memasarkan produk usaha dapat meningkatkan daya kreatifitas.		3	15	43	33	4,12
4. Dengan mempelajari pengetahuan kewirausahaan mendorong saya untuk menguji kemampuan dalam berwirausaha.		3	21	36	34	4,07
5. Mahasiswa harus berhati-hati dalam manajemen resiko yang akan terjadi pada usaha saya.		5	22	41	26	3,93

Kecenderungan dari data tersebut memberikan arti bahwa pengetahuan mahasiswa tentang kewiraushaan itu berbeda-beda, kebanyakan dari mahasiswa tersebut percaya bahwa dengan memiliki pengetahuan tentang kewirausahaan maka akan mudah membuka peluang usaha di buktikan dengan banyaknya mahasiswa yang memilih setuju serta menjadi indikator yang paling dominan. Namun banyak dari beberapa mahasiswa yang mengatakan bahwa pengetahuan yang dimiliki saja kurang cukup tapi perlu adanya bimbingan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam artian perlu adanya action atau dibuktikan dengan tindakan nyata.

- Lingkungan Pergaulan (X2)

Tabel 3.Deskripsi variabel lingkungan pergaulan

Indikator	Frekuensi Jawaban (Responden)					Mean
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. Orang tua saya menginginkan saya untuk sekolah tinggi untuk menjadi pegawai negeri atau bekerja diperusahaan			8	47	39	4,32
2. Orang tua tidak ingin saya melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi karena menginginkan anaknya untuk menjadi wirausaha.		3	11	54	26	4,09
3. Banyak dari dosen saya yang mendorong mahasiswanya menjadi seorang wirausaha.		2	14	48	30	4,12
4. Organisasi kampus sering mengadakan seminar tentang kewirausahaan.		6	18	49	21	3,90
5. Teman-teman saya dikampus adalah orang-orang produktif yang dapat mencari peluang usaha.		10	26	42	16	3,68

Berdasarkan Tabel 3, dapat dijelaskan bahwa Kecenderungan dari data tersebut memberikan artian bahwa minat berwirausaha seseorang itu dapat juga dipengaruhi dari faktor lingkungan pergaulannya dalam hal ini dari faktor keluarga, dapat dilihat dari indikator yang paling dominan bahwa orang tua lebih menginginkan anaknya menjadi seorang pegawai menandakan lingkungan

sekitar dari mahasiswa tersebut masih tergolong kurang dalam hal wirausaha, dikarenakan dari faktor keluarga itu sendiri yang kurang memiliki ilmu tentang wirausaha sehingga lebih menginginkan anaknya untuk menjadi seorang pegawai saja. Berbeda dengan mahasiswa yang memang berasal dari keluarga yang memiliki usaha dan bergaul dengan para wirausahawan, akan memberikan minat yang tinggi bagi mahasiswa tersebut untuk bergabung juga dibidang wirausaha.

- Media Sosial (X3)

Tabel 4. Deskripsi Variabel Media Sosial

Indikator	Frekuensi Jawaban (Responden)					Mean
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. Teman-teman saya dikampus adalah orang-orang produktif yang dapat mencari peluang usaha.		1	7	39	47	4,40
2. Mahasiswa ingin mencari tren terbaru yang sedang diperbincangkan dalam Instagram dan tiktok.			8	51	35	4,28
3. Mahasiswa ingin mencari tren terbaru yang sedang diperbincangkan dalam Instagram dan tiktok.		1	11	46	36	4,24
4. Mahasiswa mendapatkan tanggapan terhadap ide atau gagasan dari sesama pengguna instagram.			10	48	36	4,27
5. Mahasiswa melakukan sharing disosial media tiktok dan Instagram untuk mencari pendapat			11	44	39	4,29

Sumber: data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4, dapat dijelaskan bahwa Kecenderungan dari data tersebut memberikan arti kebanyakan mahasiswa memiliki pemikiran yang luas dan kreatif yang mampu menghasil atau menciptakan suatu karya/usaha yang berguna, dilihat dari indikator yang paling dominan dimana para mahasiswa merupakan orang-orang produktif yang dapat mencari peluang usaha. Dimana para mahasiswa mampu memanfaatkan media sosial yang dimilikinya untuk menciptakan dan menghasilkan peluang usaha yang besar, dengan aktif bersosial media akan memberikan ilmu yang lebih tentang berwirausaha dengan baik, dengan perkembangan zaman sekarang ini yang serba internet akan menciptakan peluang yang besar untuk berwirausaha melalui media sosial.

4.2. Pengujian Instrumen Penelitian

- Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total masing – masing atribut. Adapun hasil uji validitas dari setiap item pernyataan variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5. Berdasarkan hasil uji validitas yang terlihat Tabel 5, maka diperoleh nilai r hitung dari 20 item pernyataan berada antara 0,310 sampai 0,761, dimana nilai r hitung > nilai r tabel, untuk n= 94 pada taraf α 0,05 diperoleh r tabel = 0,2028. Dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa semua butir pernyataan pada kuesioner adalah valid atau mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil uji validitas instrumen dari variabel minat berwirausaha diperoleh nilai Corrected Item Total Correlation (r hitung) antara 0,310 – 0,454 atau r hitung > r tabel 0,2028. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel minat berwirausaha yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sahih) atau mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner dari variabel minat berwirausaha mahasiswa. Hasil uji validitas instrumen dari variabel pengetahuan kewirausahaan diperoleh nilai Corrected Item Total Correlation (r hitung) antara 0,676 – 0,761 atau r hitung > r tabel 0,2028. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel pengetahuan kewirausahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sahih) atau mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner dari variabel pengetahuan kewirausahaan tersebut. Hasil uji validitas instrumen dari variabel lingkungan pergaulan diperoleh nilai Corrected Item Total Correlation (r hitung) antara 0,423 – 0,593 atau r hitung > r tabel 0,2028. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel

lingkungan pergaulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sahih) atau mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner dari variabel lingkungan pergaulan tersebut. Hasil uji validitas instrument dari variabel media sosial diperoleh nilai Corrected Item Total Correlation (r hitung) antara 0,385 – 0,511 atau r hitung > r tabel 0,2028. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel media sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sahih) atau mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner dari variabel media sosial tersebut.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	r Product Moment r tabel (n = 94; α)	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0,454	0,2028	Valid
	Y.2	0,367	0,2028	Valid
	Y.3	0,385	0,2028	Valid
	Y.4	0,368	0,2028	Valid
	Y.5	0,310	0,2028	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	X1.1	0,727	0,2028	Valid
	X1.2	0,681	0,2028	Valid
	X1.3	0,743	0,2028	Valid
	X1.4	0,761	0,2028	Valid
	X1.5	0,676	0,2028	Valid
Lingkungan Pergaulan (X2)	X2.1	0,489	0,2028	Valid
	X2.2	0,446	0,2028	Valid
	X2.3	0,423	0,2028	Valid
	X2.4	0,593	0,2028	Valid
	X2.5	0,503	0,2028	Valid
Media Sosial (X3)	X3.1	0,480	0,2028	Valid
	X3.2	0,511	0,2028	Valid
	X3.3	0,497	0,2028	Valid
	X3.4	0,386	0,2028	Valid
	X3.5	0,385	0,2028	Valid

Sumber: hasil analisis tahun 2022

- Uji Reliabilitas

Instrumen dalam penelitian ini dikatakan reliable atau handal apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama pula. Untuk melakukan uji reliabilitas terhadap instrument penelitian adalah dengan menggunakan alpha cronbach yang mengelompokkan item – item menjadi dua atau beberapa belahan. Jika r hitung > nilai kritis r-tabel product moment maka data penelitian dianggap reliable atau handal untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisisan data guna menguji hipotesis penelitian. Adapun hasil uji reliabilitas darisetiap item pernyataan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Tabel 6. Hasil analisis uji reliabilitas pada tabel di atas diperoleh nilai Cronbach's Alpha (r hitung) dari 20 item pernyataan berada antara 0,525 sampai 0,867 dimana nilai r hitung > nilai r tabel 0,2028. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel atau dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam fungsi ukurnya tidak menimbulkan arti ganda sehingga terjamin konsistensinya dalam mengukur pengaruh variabel pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Hasil uji reliabilitas instrument dari variabel minat berwirausaha diperoleh nilai Cronbach Alpha (r hitung) antara 0,525 – 0,601 atau r hitung > r tabel 0,2028, yang berarti setiap butir pernyataan dari variabel minat berwirausaha yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel (handal). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian variabel minat berwirausaha yang digunakan dalam fungsi ukurnya tidak menimbulkan arti ganda sehingga terjamin konsistensinya dalam mengukur variabel minat berwirausaha mahasiswa. Hasil uji reliabilitas instrument dari

variabel pengetahuan kewirausahaan diperoleh nilai Cronbach Alpha (r hitung) antara 0,845 – 0,867 atau r hitung > r tabel 0,2028, yang berarti setiap butir pernyataan dari variabel pengetahuan kewirausahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel (handal). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian variabel pengetahuan kewirausahaan yang digunakan dalam fungsi ukurnya tidak menimbulkan arti ganda sehingga terjamin konsistensinya dalam mengukur variabel pengetahuan kewirausahaan. Hasil uji reliabilitas instrument dari variabel lingkungan pergaulan diperoleh nilai Cronbach Alpha (r hitung) antara 0,635 – 0,704 atau r hitung > r tabel 0,2028, yang berarti setiap butir pernyataan dari variabel lingkungan pergaulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel (handal). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian variabel lingkungan pergaulan yang digunakan dalam fungsi ukurnya tidak menimbulkan arti ganda sehingga terjamin konsistensinya dalam mengukur variabel lingkungan pergaulan. Hasil uji reliabilitas instrument dari variabel media sosial diperoleh nilai Cronbach Alpha (r hitung) antara 0,623 – 0,674 atau r hitung > r tabel 0,2028, yang berarti setiap butir pernyataan dari variabel media sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel (handal). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian variabel media sosial yang digunakan dalam fungsi ukurnya tidak menimbulkan arti ganda sehingga terjamin konsistensinya dalam mengukur variabel media sosial.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penelitian

Variabel	Item	Cronbach's Alpha if Item Deleted	r Product Moment r tabel (n = 80; α0,05)	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0,525	0,2028	Reliabel
	Y.2	0,573	0,2028	Reliabel
	Y.3	0,562	0,2028	Reliabel
	Y.4	0,573	0,2028	Reliabel
	Y.5	0,601	0,2028	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	X1.1	0,854	0,2028	Reliabel
	X1.2	0,864	0,2028	Reliabel
	X1.3	0,850	0,2028	Reliabel
	X1.4	0,845	0,2028	Reliabel
	X1.5	0,867	0,2028	Reliabel
Lingkungan Pergaulan (X2)	X2.1	0,684	0,2028	Reliabel
	X2.2	0,696	0,2028	Reliabel
	X2.3	0,704	0,2028	Reliabel
	X2.4	0,635	0,2028	Reliabel
	X2.5	0,677	0,2028	Reliabel
Media Sosial (X3)	X3.1	0,634	0,2028	Reliabel
	X3.2	0,623	0,2028	Reliabel
	X3.3	0,626	0,2028	Reliabel
	X3.4	0,673	0,2028	Reliabel
	X3.5	0,674	0,2028	Reliabel

Sumber: hasil anaisis tahun 2022

4.3. Pengujian Analisis Deskriptif dan Regresi Linier Berganda

- Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif, yaitu digunakan untuk menguraikan secara karakteristik responden dan variabel-variabel penelitianmelalui distribusi frekuensi, rata-rata dan persentase. Adapun hasil pengujian analisis deskriptif, dapat dilihat pada tabel 7. Berdasarkan tabel, 7 dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 responden. Dari data tersebut diperoleh nilai minimum pada variabel pengetahuan kewiausahaan sebesar 2,80 dan maximum sebesar 5,00 dengan rata-rata 4,1191 dengan standar deviasi 0,66061 pada variabel lingkungan pergaulan diperoleh nilai minimum sebesar 2,60 dan nilai maximum sebesar 5,00 dengan rata-rata 4,0277 standar deviasi 0,52679 pada variabel media sosial memperoleh nilai minimum sebesar 2,80 dan nilai maximum sebesar 5,00

dengan rata-rata 4,3021 dengan dan standar deviasi sebesar 0,44456. Pada variabel dependen yaitu minat berwirausaha memperoleh nilai minimum sebesar 3,00 dan nilai maximum sebesar 5,00 dengan rata-rata 4,1170 dengan dan standar deviasi sebesar 0,45570. Hal ini menunjukkan bahwa secara statistik, selama priode penelitian variabel independen (X) yang terdiri dari pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial dengan standar deviasi yang lebih kecil dari nilai mean nya bisa dikatakan baik.

Tabel 7. Hasil pengujian analisis deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kewirausahaan	94	2,80	5,00	4,1191	,66061
Lingkungan	94	2,60	5,00	4,0277	,52679
Media Sosial	94	2,80	5,00	4,3021	,44456
Minat Berwirausaha	94	3,00	5,00	4,1170	,45570
Valid N (listwise)	94				
Sumber: hasil output SPSS					

- Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahan, lingkungan pergaulan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa universitas muslim Indonesia. Adapun hasil pengujian analisis regresi berganda, dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Pengujian analisis regresi berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1,034	,490
	Kewirausahaan	,149	,063
	Lingkungan	,266	,078
	Media Sosial	,326	,091
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Sumber: hasil output SPSS			

Berdasarkan tabel diketahui hasil persamaan regresi linear berganda dari model penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = b0 + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$
$$Y = 1{,}034 + 0{,}149\ X1 + 0{,}266\ X2 + 0{,}326\ X3$$

1. Konstanta (b0) = 1,034, yang menunjukkan bahwa jika tidak ada pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa maka akan konstan jika diangkakan adalah 1,034
2. b1 = 0,149, yang menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini berarti semakin baik pengetahuan kewirausahaan, maka minat berwirausaha juga cenderung meningkat. Besarnya pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dapat diketahui melalui angka beta atau unstandardized coefficient yaitu sebesar 0,149.
3. b2 = 0,266, yang menunjukkan bahwa lingkungan pergaulan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini berarti semakan baik lingkungan pergaulan, maka minat berwirausaha cenderung meningkat. Besarnya pengaruh variabel lingkungan pergaulan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dapat diketahui melalui angka beta atau unstandardized coefficient yaitusebesar 0,266.
4. b3 = 0,326, yang menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini berarti semakin baik media sosial, maka minat berwirausaha cenderung meningkat. Besarnya pengaruh variabel media social terhadap minat berwirausaha mahasiswa dapat diketahui melalui angka beta atau unstanrdized coefficient yaitu sebesar 0,326.

4.4. Pengujian Hipotesis

- Uji R dan R2

Koefisien korelasi R menunjukkan besar kecilnya keeratan hubungan (korelasi) antara variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat. Sedangkan nilai R^2 menunjukkan koefisien determinasi yaitu mengukur besar persentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh perubahan variabel bebas secara bersama-sama. Adapun hasil pengujian koefisien determinasi, dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary[b]					
Model	**R**	**R Square**	**Adjusted R Square**	**Std. Error of the Estimate**	**Durbin-Watson**
1	,560[a]	,314	,291	,38378	2,053
a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Lingkungan, Kewirausahaan					
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Sumber: hasil output SPSS					

Berdasarkan hasil pengujian determinasi pada tabel 10 di atas, dapat dijelaskan bahwa besarnya koefisien determinasi (R2) adalah 0,560. Angka koefisien determinasi ini menyatakan bahwa besarnya pengaruh variabel pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa adalah 56,0%.

- Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa regresi berganda yang diestimasi telah memenuhi syarat asumsi – asumsi klasik sehingga diharapkan hasilnya akan baik dalam menganilisis lanjutan. Pengujian terhadap hasil regresi yang diperoleh dilakukan pengujian secara simultan dengan menggunakan uji-F dan pengujian secara parsial menggunakan uji-t. Untuk lebih jelasnya akan diuraikan berikut ini. Adapun hasil pengujian secara simultan, dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Model		**Sum of Squares**	**df**	**Mean Square**	**F**	**Sig.**
1	Regression	6,057	3	2,019	13,709	,000[b]
	Residual	13,256	90	,147		
	Total	19,313	93			
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha						
b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Lingkungan, Kewirausahaan Sumber: hasil output SPSS						

Data pada tabel menunjukkan bahwa nilai F-hitung yang diperoleh adalah 13,709 sedangkan F-tabel (df1=3; df2=(n-k=91); α=0,05) diperoleh dengan tingakat signifikan 0,000. Dengan demikian, nilai F-hitung > F-tabel atau 13,709 > 2,70 yang berarti berpengaruh signifikan pada tingkat alpha yang sangat kecil (0%). Dengan hasil ini, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama – sama variabel pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

- Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Pengujian hipotesis secara parsial digunakan untuk melihat pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil pengujiannya dapat dilihat melalui nilai t-hitungnya, sedangkan untuk melihat besarnya pengaruh maka digunakan angka beta atau standardized coefficient. Adapun hasil pengujian secara parsial (t-hitung) dapat dilihat pada tabel 11. Berdasarkan pengujian secara parsial seperti pada Tabel 11 menunjukkan bahwa variable pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini dapat diketahui dari nilai t-hitung > t-tabel yakni 1,98667 diperoleh dari df2=(n-k-1=90); □=0,05) dan juga dapat diketahui melalui tingkat signifikansinya dimana pada kolom sig./probabilitas pada tabel diatas diperoleh nilai signifikansi < 0,05 yaitu variable pengetahuan kewirausahaan dengan t-hitung 2,376 > 1,98667 atau siginifikansi 0,020

< 0,05, lingkungan pergaulan dengan t-hitung 3,389 > 1,98667 atau signifikansi 0,001 < 0,05, dan media sosial dengan t-hitung 3,597 > 1,98667 atau signifikansi 0,001 < 0,05. Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa dari ketiga variabel yang signifikan tersebut, ternyata variabel media sosial yang mempunyai pengaruh dominan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, karena diperoleh angka beta atau standardized coefficient yang lebih besar dari variabel lainnya. Dengan demikian, hipotesis ketiga dari penelitian ini diterima.

Tabel 11. Pengujian secara parsial (Uji-t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,034	,490		2,112	,037
	Kewirausahaan	,149	,063	,216	2,376	,020
	Lingkungan	,266	,078	,307	3,389	,001
	Media Sosial	,326	,091	,318	3,597	,001
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Sumber: hasil output SPSS						

4.5. Pengujian Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,37753482
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,038
	Negative	-,059
Test Statistic		,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel, uji normalitas diatas menunjukkan bahwa data Kolmogorov-Smirnov diperoleh sebesar 0,200. Nilai yang dihasilkan lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05. Maka data tersebut dinyatakan memenuhi asumsi normalitas dan tidak terjadi perbedaan yang signifikan. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test ini menunjukkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai untuk mengukur pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

- Uji Multikolinearitas

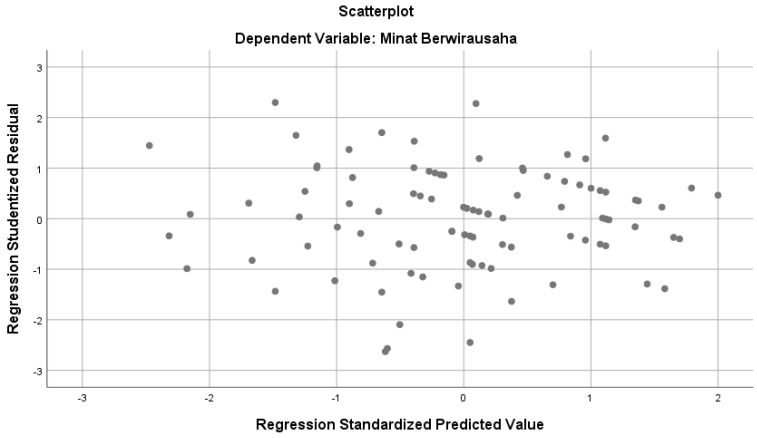
Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi bebas (independen). Adapun hasil perhitungan nilai VIF atau toleransi yang dilakukan untuk regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 13. Hasil uji multikolinearitas pada table, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan, lingkungan produk, dan media sosial memiliki nilai VIF yang lebih kecil 10 dan nilai toleransinya yang lebih besar 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa indikasi keberadaan multikolinearitas pada persamaan yang dilakukan dalam penelitian ini tidak terbukti atau tidak terdapat multikolinearitas dalam persamaan yang dilakukan.

Tabel 13. Hasil uji multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kewirausahaan	,926	1,080
	Lingkungan	,929	1,077
	Media Sosial	,978	1,022
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha			

- Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat apakah pengambilan sampel dilakukan dengan benar pada populasi yang tepat atau dengan perkataan lain apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual regresi. Adapun hasil uji heterokedastisitas penelitian ini, dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik dalam hal ini uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa titik – titik menyebar di atas dan di bawah garis nol secara acak. Hal ini berarti model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas, melainkan homokedastisitas, dimana penelitian ini tidak menghasilkan parameter biasa yang menyebabkan kesalahan dalam perlakuan. Sehingga model regresi layak digunakan dalam penelitian ini.

- Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel, nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,053. Jika dibandingkan dengan tabel Darwin-Watson dengan jumlah observasi (n) = 94 dan jumlah variabel independen 3 (K=3) diperoleh nilai tabel DL = 1,5991 dan DU =1,7306, karena DU < D < 4-DU (1,7306 < 2,053 < 2,2694) sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 14. Hasil Uji Autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,560[a]	,314	,291	,38378	2,053
a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Lingkungan, Kewirausahaan					
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha Sumber: hasil output SPSS					

4.6. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan variabel pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media social baik secara simultan (bersama – sama) maupun secara parsial (individu) berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dan variabel media social memberikan pengaruh dominan. Selanjutnya pembahasan mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, media sosialterhadap minat berwirausaha mahasiswa, akan di uraikan sebagai berikut :

- Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Pengetahuan kewirausahaan merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang bagaiamana cara berwirausaha yang dapat diperoleh baik melalui pengajaran dosen yang bersangkutan maupun dari pertukaran pikiran dengan para wirausahawan. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini berarti terdapat hubungan yang searah antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha mahasiswa, dalam arti jika terjadi peningkatan pengetahuan kewirausahaan, maka juga minat berwirausaha mahasiswa akan semakin meningkat. Pengaruh signifikan yang ditunjukan variable pengetahuan kewirausahaan sangat ditentukan oleh besarnya peran indikator – indikator yang membentuknya, yakni: a) pengetahuan kewirausahaan yang sudah saya dapatkan membantu untuk membuka peluang bisnis/usaha. b) Dengan pengetahuan kewirausahaan mahasiswa dapat menciptakan lingkungan pergaulanyang diminati konsumen. c) Kegiatan praktek memasarkan produk usaha dapat meningkatkan daya kreatifitas. d) Dengan mempelajari pengetahuan kewirausahaan mendorong saya untuk menguji kemampuan dalam berwirausaha. e) Mahasiswa harus berhati-hati dalam manajemen resiko yang akan terjadi pada usaha saya. Kelima indikator tersebut telah diberdayakan secara maksimal sehingga mampu membentuk pengetahuan kewirausahaan guna mendukung minat berwirausaha mahasiswa. Salah satu faktor yang menimbulkan adanya minat dalam berwirausaha yaitu dengan mempelajari tentang kewirausahaan itu sendiri, mulai dari bagaimana cara menghasilkan suatu produk hingga cara memasarkan produk itu sendiri. Pemahaman mahasiswa tentang kewirausahaan tidak hanya bersifat parsial atau hanya memahami sebagian dari berwirausaha itu saja, akan tetapi para mahasiswa harus memahami secara keseluruhan seluk beluk mengenai wirausaha. Apabila hanya memahami sebagian dari ciri-ciri berwirausaha, maka akan cenderung menemui kegagalan karena tidak mampu menganalisis secara komprehensif tentang faktor internal dan faktor eksternal yang mampu mendukung keberhasilan usaha yang dijalankan. Dengan adanya peningkatan tentang pengetahuan kewirausahaan dapat menciptakan berbagai ide dan inovasi dibidang kewirausahaan maka akan menghasilkan minat berwirausaha yang tinggi sehingga memudahkan mahasiswa menjadi pengusaha yang sukses kedepannya dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, yang berarti semakin banyak pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh maka minat berwirausaha mahasiswa akan semakin meningkat pula. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian lanjutan. Teori – teori tentang pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha mahasiswa berlaku atau terbukti. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Fauzy, 2019) menunjukan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, pengetahuan kewirausahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

- Pengaruh Lingkungan Pergaulan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Lingkungan pergaulan adalah tempat menjalin hubungan sosial antara seseorang dengan orang lain yang berlangsung dalam jangka relatif lama sehingga terjadi saling mempengaruhi satu dengan lainnya. Seorang entrepreneur harus dapat memanfaatkan dan memberdayakan lingkungan sekitarnya dengan efektif dan efesien. Lingkungan pergaulan dalam dunia wirausaha dapat juga disebut sebagai komunikasi bisnis, jaringan usaha, atau dapat juga disebut sebagai personal network. Hasil pengujian secara parsial menunjukan bahwa variabel lingkungan pergaulan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini berarti terdapat hubungan yang searah antara lingkungan pergaulan dengan minat berwirausaha mahasiswa, dalam arti jika terjadi

peningkatan pada lingkungan pergaulan, maka juga minat berwirausaha mahasiswa akan semakin meningkat. Pengaruh signifikan yang ditunjukan variabel lingkungan pergaulan sangat ditentukan oleh besarnya peran indikator – indikator yang membentuknya, yakni : adalah : a) Orang tua saya menginginkan saya untuk sekolah tinggi untuk menjadi pegawai negeri atau bekerja diperusahaan ternama. b) Orang tua tidak ingin saya melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi karena menginginkan anaknya untuk menjadi wirausaha. c) Banyak dari dosen saya yang mendorong mahasiswanya menjadi seorang wirausaha. d) Organisasi kampus sering mengadakan seminar tentang kewirausahaan. e) Teman-teman saya dikampus adalah orang-orang produktif yang dapat mencari peluang usaha. Kelima indikator tersebut telah diberdayakan secara maksimal sehingga mampu membentuk lingkungan pergaulan yang baik guna mendukung minat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang diungkapkan oleh (Amanda, 2018) Wirausaha juga harus mengenal lingkungannya dengan baik untuk kepentingan hidupnya. Manusia hidup untuk belajar dan berusaha/bekerja. Lingkungan mendukung setiap aktifitas berusaha dan belajar yang dilakukan seseorang. Dengan demikian, melalui lingkungan pergaulan yang baik, maka minat berwirausaha mahasiswa dapat meningkat di masa yang akan datang sesuai yang diharapkan oleh pemilik usaha. Seorang entrepreneur juga harus mampu memberdayakan dan memanfaatkan apa yang ada dilingkungannya. Dengan memberikan pelatihan-pelatihan tentang kewirausahaan nantinya mampu menciptakan seorang wirausaha yang sukses. Lingkungan dapat diklasifikasikan menjadi lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan pergaulan juga memberikan dorongan yang kuat bagi seseorang yang memiliki minat berwirausaha terlebih jika lingkungan disekitarnya kebanyakan dari orang yang berprofesi sebagai wirausaha. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa lingkungan pergaulan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, yang berarti semakin baik lingkungan pergaulan maka minat berwirausaha mahasiswa akan semakin meningkat pula. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian lanjutan. Teori – teori tentang lingkungan pergaulan dan minat berwirausaha mahasiswa berlaku atau terbukti. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ningrum, 2019) menunjukan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan, motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan, pengetahuan kewirausahan berpengaruh positif dan signifikan

- Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat berwirausaha mahasiswa

Media sosial adalah suatu sarana bagi setiap orang guna meningkatkan kemampuan penggunanya khususnya bagi para pelaku usaha untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video guna untuk memasarkan berbagai jenis produknya dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini berarti terdapat hubungan yang searah antar media sosial dengan minat berwirausaha mahasiswa, dalam arti jika terjadi peningkatan dam penggunaan media sosial maka juga minat berwirausaha mahasiswa akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya pengetahuan mengenai media sosial akan memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, berdiskusi dengan pihak luar serta memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen dan menghasilkan keunggulan dalam membangun personal branding Pengaruh signifikan yang ditunjukan variabel media sosial sangat ditentukan oleh besarnya peran indikator – indikator yang membentuknya, yakni: a) Teman-teman saya dikampus adalah orang-orang produktif yang dapat mencari peluang usaha. b) Mahasiswa ingin mencari tren terbaru yang sedang diperbincangkan dalam Instagram dan tiktok. c) Mahasiswa ingin mencari tren terbaru yang sedang diperbincangkan dalam Instagram dan tiktok. d) Mahasiswa mendapatkan tanggapan terhadap ide atau gagasan dari sesama pengguna instagram. e) Mahasiswa meminta bantuan kepada anggota group di Instagram dan tiktok untuk memecahkan masalah dalam berwirausaha. Kelima indikator tersebut telah diberdayakan secara maksimal sehingga mampu membentuk media sosial yang bermanfaat bagi para penggunanya guna mendukung minat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Boyd dalam (Nasrullah, 2015) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Dengan demikian, melalui pengetahuan media sosial yang baik, mampu menawarkan berbagai macam produk barang dan jasa maka minat berwirausaha mahasiswa dapat meningkat di masa yang akan datang sesuai yang diharapkan oleh pemilik usaha. Hasil

penelitian ini membuktikan bahwa media sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, yang berarti semakin baik media sosial maka minat berwirausaha mahasiswa semakin meningkat pula. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk peneliti lanjutan. Teori – teori tentang media sosial dan minat berwirausaha mahasiswa berlaku dan terbukti. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Fauzy, 2019) menunjukan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, pengetahuan kewirausahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

5. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Yang berarti jika semakin sering seseorang mengikuti pendidikan kewirausahaan maka akan semakin tinggi minat seseorang dalam berwirausaha.
2. Lingkungan Pergaulan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Lingkungan pergaulan juga memberikan dorongan yang kuat bagi seseorang yang memiliki minat berwirausaha terlebih jika lingkungan disekitarnya kebanyakan dari orang yang berprofesi sebagai wirausaha. Semakin tinggi lingkungan pergaulan seseorang maka minat berwirausaha mahasiswa juga meningkat.
3. Media Sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan meningkatnya pengetahuan seseorang mengenai media sosial, mampu meningkatkan dalam berkomunikasi dengan pihak luar serta menciptakan berbagai inovasi produk yang bermanfaat, akan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

Namun lebih lanjut akan hal tersebut, 1. Pengetahuan kewirausahaan, Mahasiswa harus berhati-hati dalam manajemen resiko yang akan terjadi pada usaha, dan ada baiknya mempelajari dasar-dasar wirausaha terlebih dahulu, Lingkungan pergaulan, Seminamilisir mungkin belajar dan membuat lingkungan pergaulan yang mengarah pada kewirausahaan, Media sosial, Selalu update untuk belajar diinstagram dan tiktok sehingga tidak terlambat untuk informasi, Minat berwirausaha mengikuti kegiatan seminar dan kajian seputar kewirausahaan dan bergabung ke komunitas wirausaha. Untuk Universitas Muslim Indonesia Makassar, peneliti menyarankan agar pelaksanaan pendidikan atau belajar mengajar kewirausahaan perlu mendapat perhatian serius dari lembaga pendidikan mengenai bagaimana metode pengajaran, kurikulum, kompetensi dosen, dan mata kuliah kewirausahaan dilaksanakan secara intensif dengan tujuan untuk mematangkan pemahaman mahasiswa sehingga dapat menstimulasi minat berwirausaha pada mahasiswa. Untuk Mahasiswa UKM Kewirausahaan UMI harus mampu memiliki keterampilan yang kreatif, inovatif, mandiri dan memiliki minat berwirausaha untuk melahirkan entrepreneur-entrepreneur muda yang berkualitas.

Daftar Pustaka

Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada.

Alma, B. (2013). Kewirausahaan. Alfabeta.

Amanda, J. (2018). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Latar Belakang Ekonomi Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa S1 Universitas Negeri Yogyakarta.

Amstrong, & Gary, K. (2010). Principle of Marketing. Prentice.

Daryanto. (2012). Pendidikan Kewirausahaan. Gava Media. www.dikti.go.id.

Djaali, H. (2012). Psikologi Pendidikan. PT Bumi Aksara.

Fu'adi, & Fadli, I. (2009). Hubungan Minat Berwirausaha dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas Xii Teknik Otomotif Smk N 1 Adiwerna Kab Tegal Ta 2008/2009. Jurnal Pendidikan Teknik Mesin (Ptm).

Harry, D. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Manajemen.

Hendro. (2011). Dasar-dasar Kewirausahaan. Erlangga.

Irham, F. (2016). Pendekatan Sumber Daya Manusia.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). Marketing Management (14th ed.). Prentice-Hall.

Leres, T. cahyani pangesti. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha terhadap Motivasi Young Entrepreneur pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN.

Mardiyanto, Sumerta, H., WIdyagoca, Adiandari, & Herlambang. (2019a). Analysis of Technology Acceptance Model (TAM) to Use E-Money in Bali Province. International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering (IJATCE).

Mardiyanto, Sumerta, H., WIdyagoca, Adiandari, & Herlambang. (2019b). Online Consumer Behavior on Using Social Media on E-Commerce, based on the AISAS Model Approach. Case Study; Bukalapak, Tokopedia and Blili.com. International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering (IJATCE).

Muhammad Fauzy. (2019). Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha.

Nasrullah, R. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. PT Remaja Rosdakarya.

Ningrum, P. okta. (2019). Pengaruh Lingkungan Pergaulan, Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.

Oktavia, R. V. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha pada Pengusaha Kuliner dikabupaten Jember.

Puspitaningsih, F. (2014). Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha melalui Motivasi.

Rivai, V. (2014). Pendekatan SDM.

Schneider, & Gary, P. (2002). Electronic Commerce (5th ed.). Thomson Course Technology.

Selameto. (2010). Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Rineka Cipta.

Sugiono. (2001). Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta.

Sugiono. (2002). Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta.

Sugiono. (2004). Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta.

Suryana. (2010). Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Kencana.

Syahruddin. (2013). Ilmu Pendidikan Islam. Alauddin University Press.

Yuyus. (2014). Kewirausahaan Pendekatan, Karakteristik WIrausahawan Sukses.