

Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen

Christina Menuk Sri Handayani¹, Tony Susilo Wibowo², Tri Ari Prabowo³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

menukch@unipasby.ac.id

Abstract

The development of social media as a result of advances in information technology during the Covid-19 period demands that everyone changes. Not only changing the views of business actors but also students with various approaches taken. Respondents of this study were 120 management study program students who had taken entrepreneurship courses selected as samples with the hope of knowing the effect of social media use, entrepreneurship education on interest in entrepreneurship. The questionnaire was used to collect data and then tested the validity and reliability. Before being analyzed using multiple linear regression, the requirements test was carried out, while to determine the significance of the relationship between variables, the f test and t-test were carried out. The results show that social media and entrepreneurship education simultaneously have a significant effect on the entrepreneurial interest of management study program students.

Keywords: social media, entrepreneurship education, interest in entrepreneurship

Abstrak

Perkembangan media sosial sebagai akibat berkembangnya teknologi informasi pada masa covid-19 menuntut setiap orang berubah. Tidak hanya merubah pandangan pelaku usaha saja namun tidak terkecuali juga mahasiswa dengan berbagai macam pendekatan yang dilakukan. Melalui 120 mahasiswa program studi manajemen yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan dipilih sebagai sampel. Kuesioner digunakan untuk mengambil data variabel X dan Y kemudian dilakukan uji instrumen meliputi validitas dan reliabilitas. Sebelum dianalisis dengan regresi linier ganda dilakukan uji persyaratan, sedangkan untuk mengetahui signifikansi hubungan antar variabel dilakukan uji hipotesis berupa uji f dan uji t. Hasil disimpulkan ada keterkaitan antara media sosial dan pendidikan kewirausahaan secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi manajemen.

Kata kunci : sosial media, pendidikan kewirausahaan, minat berwirausaha

1. Pendahuluan

Pendidikan merupakan faktor penting dalam pengembangan sumberdaya manusia bahkan menjadi kebutuhan mendasar setiap manusia. Melalui pendidikan dapat membentuk pola pikir kearah yang lebih baik bahkan melalui pendidikan, seseorang akan dapat mengembangkan diri untuk

mencapai penghidupan yang layak. Makin tinggi tingkat pendidikan dalam masyarakat secara tidak langsung dapat mendorong terciptanya generasi muda sebagai penerus bangsa yang berkualitas. Masyarakat semakin sadar bahwa untuk menghadapi tantangan dimasa yang akan datang diperlukan kemampuan, penge-tahuan, dan pendidikan yang lebih tinggi. Untuk

itu diperlukan wadah yang mampu menampung dan memenuhi harapan masyarakat akan pendidikan tinggi yaitu perguruan tinggi.

Dalam dasawarsa terakhir secara signifikan terjadi perkembangan perguruan tinggi di Indonesia. Kemenristek mencatat pada akhir tahun 2015, perkembangan PT negara kita mencapai 4388. PT Swasta berada pada porsi diatas 50 persen yang menampung 7 juta lebih mahasiswa serta kurang lebih 250 ribu dosen (Pusat Data Ristekbrin , 2016)

Banyaknya perguruan tinggi akan mengakibatkan bertambahnya lulusan pencari pekerjaan, apabila tidak didukung dengan tersedianya lapangan pekerjaan maka akan dapat menambah pengangguran sarjana. Seperti kita ketahui bahwa PTS di Jawa Timur tergabung pada LLDIKTI Wilayah 7 pada tahun 2019 sebanyak 326 PT dengan jumlah mahasiswa mencapai 512.852 orang. (BPS, 2019) Setiap tahun meluluskan lebih dari 50.000 orang mahasiswa, apabila lapangan pekerjaan tidak mendukung berakibat pada bertambahnya pengangguran sarjana di Jawa Timur. Selama ini mahasiswa yang lulus kuliah selalu bingung mencari pekerjaan dengan ijazahnya. Jawa Timur tergugah untuk mengatasi masalah tersebut dengan menanamkan jiwa kewirausahaan, dimulai dari pendidikan dasar sampai pendidikan tinggi.

Pembelajaran kewirausahaan diharapkan dapat menumbuhkan jiwa wirausaha dan pada akhirnya dapat memunculkan wirausaha baru. Sampai dengan saat ini jumlah wirausaha di Indonesia baru mencapai 2 persen dari jumlah penduduk yang ada. (Bappeda Jatim, 2013)

Menumbuh kembangkan suasana akademik di perguruan tinggi berkaitan dengan pembentukan karakter mahasiswa dan lulusan dapat melalui Pendidikan Kewirausahaan, seperti yang disampaikan Hilyati Milla (2013), bahwa pembentukan karakter dapat dilakukan melalui penanaman nilai kejujuran, kepemimpinan, tanggung jawab, semangat kerja, gigih, kreatif dan inovatif. Tjahjono dan Adri (Nina Nurhasanah, 2018) mempunyai keyakinan bahwa untuk dapat mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran yang senantiasa mengalami pertambahan dapat dilakukan dengan cara memberdayakan masyarakat melalui wirausaha.

LLDIKTI Wilayah 7 Jawa Timur menyatakan bahwa minat dan jiwa wirausaha mahasiswa diukur dengan ditandai (a) mendapatkan materi mata kuliah kewirausahaan, (b) mengikuti pendidikan dan latihan berwirausaha, (c) mendapatkan hibah wirausaha (d) secara mandiri mengembangkan start up bisnis. Di kalangan mahasiswa, perlu ditumbuhkan semangat dan jiwa

wirausaha dalam upaya untuk dapat menciptakan *job creator* dan *job seeker*. <https://l1dikti7.ristekdikti.go.id>

Di Indonesia pada setiap tahunnya jumlah pengangguran semakin meningkat hal ini disebabkan karena semakin sedikitnya jumlah lapangan pekerjaan, lebih-lebih dalam kondisi sekarang ini seperti yang disampaikan Menkeu Sri Mulyani (2020) adanya pandemi *Covid-19*, usaha mikro kecil menjadi salah satu sektor yang terpuak, paling depan karena tidak adanya kegiatan di luar rumah yang dapat dilakukan masyarakat. Untuk itu diperlukan perubahan pola pikir.

Perkembangan teknologi menjadi terobosan baru untuk merubah pola pikir bukan hanya pelaku usaha, namun juga mahasiswa seperti halnya mahasiswa program studi Manajemen FEB UNIPA Surabaya. Sosial media dapat digunakan sebagai wahana untuk berwirausaha karena dapat memperkecil resiko gagal dan mempermudah memasarkan produk atau memperluas jaringan dengan biaya yang lebih efisien yang dapat dilakukan melalui WhatsAap, Facebook, Blog, Istagram, Twitter ataupun aplikasi lain. Hal ini menjadi peluang bagi mahasiswa untuk menggali potensi berwirausaha. Media sosial dapat memfasilitasi setiap orang untuk terhubung satu sama lain dalam kegiatan menjual maupun

mempromosikan barang dan jasa dengan biaya yang relatif kecil. Berpijak dari kondisi diatas maka perlu dikaji keterkaitan antara media sosial , pendidikan kewirausahaan dengan minat berwirausaha.

2.Landasan Teori

2.1 Sosial Media

Berkembangnya *social media* sebagai alat untuk pemasaran produk, mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan menjadi lahan tersendiri. Selain itu *social media* merupakan bagian dari wujud eksistensi suatu entitas (barang, jasa, objek atau orang). *Social media* merupakan lahan baru bertemunya orang-orang atau kelompok yang ingin membagi informasi serta sebagai tempat mendapatkan teman untuk melakukan interaksi secara daring.

Seperti halnya yang disampaikan Thoyibie dalam Singgih (2014) bahwa sosial media merupakan suatu konten yang berisi informasi dan dibuat oleh seseorang yang ingin memanfaatkan teknologi penerbitan, mudah untuk diakses untuk komunikasi. Media jejaring sosial yang banyak digunakan untuk kalangan mahasiswa dan anak muda adalah media sosial (Nordiana, 2016).

Menjamurnya jejaring sosial seperti WhatsApp, Facebook, Blog, Instagram, Twitter ataupun aplikasi-aplikasi lain dapat dijadikan sebagai peluang bagi siapapun untuk melakukan aktivitas bisnis atau memasarkan produk dengan lebih

cepat dan lebih baik dengan biaya yang relatif murah.

2.2 Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan mulai ada diberbagai negara Eropa, Kanada, Amerika sejak tahun 1950 an. Diberbagai universitas mengajarkan kewirausahaan dan manajemen usaha kecil. Tahun 1980 hampir 500 sekolah di Amerika memberikan materi kewirausahaan dan pada awal abad 20 kewirausahaan sudah dipelajari di berbagai negara seperti Jerman dan Belanda.(Alma, 2014) Demikian juga di Indonesia pendidikan kewirausahaan sudah dipelajari bahkan dicanangkan untuk dipelajari sejak dini dimulai dari pendidikan dasar.

Dijelaskan oleh Suherman (2010) bahwa dalam pendidikan kewirausahaan terdapat proses penanaman kreativitas dan inovasi untuk dalam memecahkan permasalahan, mengatasi hambatan dengan berbagai resiko dan peluang untuk dapat menghasilkan sesuatu. Pendidikan kewirausahaan secara umum dikatakan sebagai proses pendidikan menerapkan prinsip pembentukan kecakapan hidup melalui kurikulum terintegrasi yang dikembangkan oleh lembaga pendidikan ditingkat dasar sampai pendidikan tinggi. Melalui pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat membentuk manusia sebagai insan yang

berkarakter , paham dan terampil untuk berusaha (Alma,2014). Pada pendidikan tinggi, mahasiswa tidak hanya dituntut untuk dapat menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama mendapatkan pendidikan kewirausahaan namun demikian diharapkan dapat menggali potensi yang dimiliki untuk menumbuh kembangkan wawasan berwirausaha. Dalam pembelajaran kewirausahaan diawali dengan pemberian materi (teori), dilanjutkan dengan praktek dan kemudian baru diimplementasikan.

Tidak berbeda dengan pendapat Saroni (2012) pendidikan untuk berwirausaha merupakan pendidikan yang berfokus pada aspek kewirausahaan dalam membentuk kompetensi anak didik. Dalam pendidikan kewirausahaan akan memberi motivasi pada peserta didik untuk dapat memahami, mengenali dan berwirausaha. Ayodya (2011) menyatakan bahwa belajar kewirausahaan sejak dini bermanfaat a) mengenal cara-cara berusaha, b) menajamkan talenta siswa yang bersemangat untuk berwirausaha c) mempunyai bekal ilmu pendidikan formal yang bisa diterapkan pada saat diperlukan 4) mengetahui solusi untuk mendapatkan uang dan yang 5) memiliki arah menjadi seorang wiausaha yang sukses.

2.3 Minat Berwirausaha

Seseorang memiliki minat untuk berwirausaha apabila memiliki rasa tertarik untuk dapat menjadi wirausaha dan ada kemauan untuk bekerja keras , tekun dalam memajukan usahanya. Berbagai faktor dapat mempengaruhi tumbuh kembangnya minat untuk berwirausaha. Karena faktor –faktor tersebut adalah hasil interaksi antara karakter seseorang dengan keadaan yang ada di sekitar mereka berada (Bygrave dalam Budi Wahyono, 2014). Dikalangan mahasiswa, minat berwirausaha timbul karena adanya perasaan senang terhadap kegiatan berwirausaha, didukung dengan tempat untuk melakukan usaha sehingga lebih bersemangat dalam mengikuti kegiatan praktik dan teori (Muchammad, 2014).

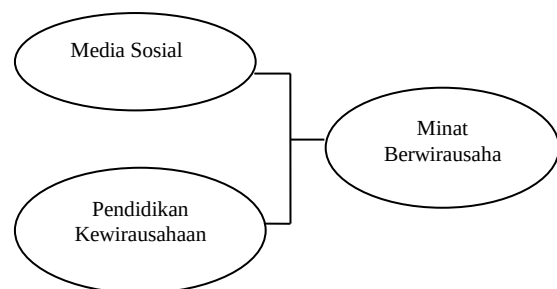
Seberapa kuat usaha untuk berani mencoba melakukan aktivitas berwirausaha dan seberapa banyak usaha yang telah diprogramkan untuk melakukan aktivitas berwirausaha merupakan usaha seseorang yang mengarah pada minat berwirausaha. Demikian halnya pendapat Leonardus Saiman (2009) bahwa pengaruh seseorang untuk berwirausaha dilihat dari keuntungan , kebebasan , impian dan kemandirian.

Nurchotim (2012) menyatakan ada dua hal yang berpengaruh pada minat seseorang untuk berwirausaha yaitu: a) Faktor Intrinsik (faktor yang berasal dari dalam diri orang itu sendiri misalnya

kebutuhan akan pendapatan, harga diri , motivasi, perasaan senang dan diperhatikan) b) Faktor ekstrinsik (faktor yang berasal dari luar seseorang meliputi lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat sekitar , peluang untuk berkembang dan pendidikan yang telah didapatkan)

3. Metode Penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam melakukan penelitian ini untuk mengetahui gambaran keterkaitan antar variabel media sosial dan pendidikan kewirausahaan sebagai variabel bebas dan variabel minat berwirausaha sebagai variabel terikat. Keterkaitan tersebut tergambar dalam kerangka konseptual seperti dibawah :



Gambar 1 : Konsep Penelitian

Penentuan populasi dilakukan terlebih dahulu sebelum sampel diketahui. Dalam penelitian ini mahasiswa program studi Manajemen FEB UNIPA Surabaya

sebagai populasi, sedangkan sampel diperhitungkan dengan mengacu teori Ferdinand (2014) bahwa sampel minimal terdiri lima kali jumlah variabel. Untuk itu sampel diperhitungkan dari 17 parameter dikali 7 dan dibulatkan menjadi 120 mahasiswa.

Kuesioner digunakan untuk mengambil data variabel kemudian dilakukan uji instrumen sedangkan regresi linier berganda dipakai sebagai analisis data dengan berbagai persyaratan uji dan terakhir dilakukan uji f, uji t untuk uji hipotesis.

4. Analisis data

4.1 . Uji Instrumen

Layak dan tidak nya instrument penelitian perlu dilakukan uji agar dapat dilakukan uji lanjutan. Adapun uji yang sudah dilakukan :

a. Uji Validitas

Instrumen dinyatakan valid apabila hasil pengujian mendapatkan nilai product moment lebih dari 0,3 dan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil didapatkan seperti dibawah ini:

Tabel 1 : Pengujian validitas

Variabel	r xy	r tabel	Keterangan
Soaial	0.395	0.3494	Valid
Media	0.571	0.3494	Valid
(x ₁)	0.455	0.3494	Valid
	0.407	0.3494	Valid
	0.461	0.3494	Valid
	0.654	0.3494	Valid
	0.641	0.3494	Valid
	0.566	0.3494	Valid
	0.432	0.3494	Valid
	0.534	0.3494	Valid

	0.651	0.3494	Valid
Pendidik	0.507	0.3494	Valid
an	0.614	0.3494	Valid
Kewiraus	0.669	0.3494	Valid
ahaan	0.589	0.3494	Valid
(x ₂)	0.708	0.3494	Valid
	0.562	0.3494	Valid
	0.739	0.3494	Valid
	0.682	0.3494	Valid
	0.713	0.3494	Valid
	0.511	0.3494	Valid
	0.636	0.3494	Valid
	0.727	0.3494	Valid
	0.598	0.3494	Valid
	0.453	0.3494	Valid
	0.500	0.3494	Valid
Minat	0.383	0.3494	Valid
Ber	0.414	0.3494	Valid
Wirausah	0.490	0.3494	Valid
a (Y)	0.404	0.3494	Valid
	0.539	0.3494	Valid
	0.504	0.3494	Valid
	0.604	0.3494	Valid
	0.431	0.3494	Valid
	0.614	0.3494	Valid
	0.507	0.3494	Valid
	0.492	0.3494	Valid
	0.439	0.3494	Valid
	0.497	0.3494	Valid
	0.535	0.3494	Valid
	0.449	0.3494	Valid

Sumber : Output SPSS IBM 25 Uji Reliabilitas

Pengujian diatas didapatkan nilai koefisien kolerasi product moment $\geq 0,3$ dan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,192). Untuk itu instrumen dinyatakan valid dan layak untuk uji lanjutan.

b. Uji Reliabilitas

Data dikatakan reliabel apabila hasil pengujian alpha cronbach $> 0,6$. Pengujian ditemukan hasil seperti dibawah :

Tabel 2 : Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Ket
Soaial Media(x ₁)	.713		
Pendidikan			
Kewirausahaan(x ₂)	.728	0,6	Reliabel
Minat Ber			
Wirausaha (Y)	.757		

Sumber : Output SPSS IBM 25 Uji Reliabilitas

Nilai alpha cronbach didapatkan > 0,6, untuk itu instrumen dinyatakan reliabel dan layak untuk dilanjutkan uji.

4.2 . Uji Asumsi Klasik

Analisis telah dilakukan dengan hasil seperti dibawah:

Tabel 3 : Uji Asusmsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil	Keterangan
Uji Normalitas	Asymp. Sig = 0,074	Berdistribusi Normal
Uji Multikolonieritas		
• Sosial Media (X ₁)	<i>Tolerance</i> = 0,693 VIF = 1,444	Tidak Terjadi Multikolonieritas
• Pendidikan Kewirausahaan (X ₂)	<i>Tolerance</i> = 0,693 VIF = 1,444	
Uji Heteroskodastisitas		
• Uji Glejser		Tidak Terjadi Heteroskodastisitas
• Sosial Media (X ₁)	Sig. = 0,056	
• Pendidikan Kewirausahaan (X ₂)	Sig. = 0,051	Tidak Terjadi Heteroskodastisitas
Uji Autokorelasi	DW = 2,030	Tidak Terjadi Autokorelasi

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas, didapatkan nilai signifikansi 0,074, hasil tersebut dapat dikatakan data berdistribusi normal sehingga dapat dilakukan uji lanjutan

b. Uji Multikolineiritas

Pengujian multikolonieritas untuk sosial media (*VIF* = 1,444, *tolerance* = 0,693), pendidikan

kewirausahaan(*VIF* = 1,444, *tolerance* = 0,693), dapat dinyatakan bahwa semua hasil pengujian memiliki nilai *VIF* dibawah 10 serta *tolerance* nilai diatas 0,1, sehingga tidak terjadi multikolonieritas serta dapat dilakukan uji lanjutan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji glajser didapatkan nilai signifikansi > 0,05 yang berarti lolos pada uji glajser sehingga data dinyatakan terbebas dari heteroskedastisitas dan dapat dilakukan uji lanjutan.

d. Uji Autokorelasi

Persyaratan lolos uji autokorelasi apabila hasil uji durbin-watson (DW) antara -2 dan +2. Setelah dilakukan uji didapatkan nilai 2.030, sehingga dikatakan tidak terjadi autokorelasi dan layak uji selanjutnya.

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier yang telah dilakukan mendapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4 : Uji Regresi Linier berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	60.912	6.796		8.964	.000
Sosial Media	.221	.110	.208	2.012	.046
Pendidikan Kewirausahaan	.196	.099	.204	1.975	.01

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.364 ^a	.132	.117	4.48384
a. Predictors: (Constant), Pendidikan Kewirausahaan, Sosial Media				
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha				

Pengujian regresi didapatkan nilai $r = 0,000$, sehingga dapat diimplikasikan jika nilai $r < \alpha = 0,000 < 0,05$ dapat diartikan jika H_0 ditolak. Kondisi ini menguatkan adanya hubungan antar variabel X dan Y. Selanjutnya persamaan regresi dapat dituliskan seperti dibawah :

$$\hat{Y} = 60.912 + ,221X_1 + ,196X_2$$

dapat dijelaskan sebagai berikut :

Konstanta (α) dihasilkan nilai 60,912. Dapat dijelaskan bahwa apabila nilai variabel bebas (sosial media dan pendidikan kewirausahaan) = 0, maka nilai variabel terikat (minat berwirausaha) senilai 60,912 dengan ketentuan variabel – variabel yang lain dalam keadaan konstan.

Koefisien regresi untuk sosial media (X_1) mendapatkan nilai 0,221, yang dapat diartikan minat berwirausaha dipengaruhi sosial media secara positif dan searah. Dan apabila variabel sosial media meningkat satu satuan akan dapat meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0.221.

Pendidikan kewirausahaan didapatkan koefisien regresi (X_2) senilai 0,196. Hasil ini menunjukkan terpengaruhnya minat berwirausaha positif dan searah dengan pendidikan kewirausahaan. Apabila variabel pendidikan kewirausahaan meningkat sebesar satu satuan maka akibatnya minat berwirausaha meningkat sebesar 0,196.

Koefisien korelasi (R) pada variabel X dan Y setelah dianalisis dihasilkan nilai 0,364^a. Kondisi ini menunjukkan tingkat hubungan antar variabel X dan Y terbilang rendah, hal ini sesuai dengan teori Sugiyono (2018). Nilai R Square (koefisien determinasi) yang didapatkan senilai 0,117. Nilai tersebut menunjukkan berpengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan besar nilai 0,117 atau 11,7%.

4.4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis diperlukan untuk membuktikan benar tidaknya dugaan atas permasalahan yang ada dengan melalui pengujian t maupun pengujian f. Adapun hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 5 : Pengujian t

Model	T _{tabel}	T _{hitung}	Sig.
Constant		8,964	0,000
Sosial media (X_1)	1,803	2,012	0,046
Pendidikan Kewirausahaan (X_2)		1,975	0,015

Sumber : Output SPSS IBM 25, Uji regresi linier berganda, Terolah

Tabel 6 : Pengujian f

Model	F _{tabel}	F _{hitung}	Sig.
Regression	3,07	8,922	0,000 ^b

Sumber : *Output* SPSS IBM 25, Uji regresi linier berganda, Terolah

Tabel diatas dapat dijelaskan:

Uji hipotesis (H_1) pengujian *t-test* pada hipotesis yang telah menghasilkan nilai t_{hitung} untuk variabel sosial media senilai 2,012, variabel pendidikan kewirausahaan senilai 1,975. Sehingga nilai tersebut dapat menjawab kebenaran hipotesis pertama (H_1) karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Oleh sebab itu minat berwirausaha mahasiswa terpengaruh secara individual atas sosial media dan pendidikan kewirausahaan, berarti mempunyai makna bahwa hipotesis diterima dan telah terbukti kebenarannya.

Uji hipotesis (H_2), uji f mendapatkan nilai f_{tabel} senilai 3,07 dan f_{hitung} sebesar 8,922, yang dapat diartikan $f_{tabel} < f_{hitung}$, sehingga H_2 terbukti dan bisa diterima kebenarannya. Untuk itu minat berwirausaha mahasiswa secara bersama-sama dapat dipengaruhi oleh sosial media dan pendidikan kewirausahaan..

5. Pembahasan Hasil Penelitian

Hipotesis pertama (H_1) dituliskan sosial media, pendidikan kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha mahasiswa prodi manajemen setelah

dilakukan uji untuk variabel sosial media (X_1) menunjukkan hasil sebesar $t_{hitung} = 2,012$ dengan nilai $Sig < 0,046$. Untuk variabel pendidikan kewirausahaan (X_2) hasil menunjukkan angka $t_{hitung} = 1,975$ dengan nilai $Sig < 0,015$. Berarti semua variabel memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (1,803) serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Untuk itu dinyatakan bahwa minat berwirausaha mahasiswa program studi manajemen dipengaruhi oleh variabel bebas yang diteliti.

Kondisi hasil analisis diatas sejalan dengan hasil penelitian PP Adhitama (2014), Satriyanto Wibowo, Komang Agus Satria Pramudana (2016), Ni Luh Wahyuni Widya Putri (2014) bahwa pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap minat berwirausaha seseorang sedangkan untuk sosial media mempengaruhi minat berwirausaha senada dengan hasil penelitian Ismail, Adha Rahmanul (2014), Fatmawati, Rizky (2018) dan Kumara, Brian (2020)

Hipotesis (H_2) yang menyatakan bahwa secara bersama-sama sosial media dan pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap minat berwirausaha setelah dilakukan uji hasil $f_{hitung} = 8,922$, nilai $f_{tabel} = 3,07$ dengan nilai signifikansi 0,000, dengan demikian terbukti kebenarannya dan hasil ini searah dengan hasil penelitian Listiawati, Mesiana, Cicilia Dyah,

Susantiningrum (2020) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

6. Simpulan

Pembahasan yang dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut.

- a. Sosial media secara positif dan signifikan mempengaruhi minat berwirausaha. Kondisi ini disebabkan beberapa kemungkinan, seperti misalnya jejaring yang dimiliki mahasiswa sudah cukup luas sehingga dapat diarahkan untuk mengembangkan minat berwirausaha mahasiswa. Kemungkinan lain adalah keinginan mahasiswa untuk memperkuat eksistensinya dalam sosial media sehingga mereka ingin mewujudkan impian menjadi wirausahawan melalui tingginya minat untuk berwirausaha.
- b. Berpengaruhnya secara positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, sudah tidak dapat dipungkiri bahwa ilmu wirausaha dapat dipelajari oleh siapa saja khususnya di perguruan tinggi dan dengan niat yang tinggi, maka akan dapat terwujud pada minat wirausaha mahasiswa, sehingga dapat

dikatakan pendidikan kewirausahaan mempunyai peran penting dalam membentuk pola pikir dan minat kewirausahaan mahasiswa.

Daftar Pustaka

- Aditama, Paulus Patria, 2014, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP, Semarang), Skripsi. (Yogyakarta: UNDIP)
- Adha Rahmanul Ismail. (2014). Pengaruh Sosial Media terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha. Medan: Universitas Negeri Medan.
- Alma, Buchari, 2014, Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum, Bandung: Alfabeta
- Ayodya, Wulan, 2011, Siswa Juga Bisa Jadi Pengusaha, Tips dan Trik Belajar Berwirausaha Bagi Siswa, Jakarta, Esensi
- Budi Wahyono dkk, 2013. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Medan Tahun 2013
- Fatmawati, Rizky, 2018, Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Sumatera Utara <http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/6310/>

- [157019061.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen (Edisi Keli). Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro
- Kumara,Brian, 2020, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial Jurnal Manajemen dsn Bisnis Indonesia, Vol 6 No 1 <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/3533>
- Leonardus Saiman, 2009. Kewirausahaan, Teori, Praktik, dan Kasus-kasus. Jakarta: Salemba Empat.
- Milla, Hilyati (2013) <https://www.researchgate.net/publication/269583959>
- Muchammad Arif Mustofa. 2014. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mesiana Listiawati, Cicilia Dyah S I, Susantiningrum, 2020, Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Di Mahasiswa FKIP UNS JKB Vol.25 No.1 Juni 2020 <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/43386-110393-2-PB.pdf>
- Nurhasanah, Nina, 2018, Menumbuhkan Minat Menjadi Wirausaha Sosial pada Remaja Melalui Mata Kuliah Kewirausahaan Studi Kasus Mahasiswa Universitas Esa Unggul, Forum Ilmiah Volume 15 No. 2 Mei 2018
- Nordiana, Erlinda ,2016, Peran Jejaring Sosial Sebagai Media Peningkat Minat Berwirausaha Mahasiswa Untuk Berbisnis Online (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya) Vol 2 No.2 <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1138>
- Nurgiyantoro, Singgih. 2014. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word of Mouth Marketing. (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan)
- Putri, Ni Luh Wahyuni Widya. 2014. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesh
- Saroni, Muhamad,2012, Mendidik dan Melatih Entrepreneur

Muda, Yogyakarta, Ar-Ruzz
Media

Sugiyono, 2018, Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif, dan
R&D. Bandung : Alfabeta

Suherman, Eman, 2010, Desain
Pembelajaran Kewirausahaan ,
bandung , Alfabeta

Sri Mulyani , 2020, Masalah
Ekonomi myang disebabkan
Covid -19, Selasa, 30 Juni 2020 /
18:32 WIB

[https://nasional.kontan.co.id/new
s/sri-mulyani-ungkap-tiga-
masalah-ekonomi-yang-
disebabkan-pandemi-covid-19](https://nasional.kontan.co.id/news/sri-mulyani-ungkap-tiga-masalah-ekonomi-yang-disebabkan-pandemi-covid-19)

Wibowo, Satriyanto. dan
Pramudana, Komang Agus
Satria. 2016. Pengaruh
Pendidikan Kewirausahaan
Yang Dimediasi Oleh Sikap
Berwirausaha. EJurnal
Manajemen Unud, ISSN
2302-8912, Vol. 5, No. 12, hal.
8167-8198.

[https://www.ristekbrin.go.id/wp-
content/uploads/2016/12/Puspa
warna-Pendidikan-Tinggi-
Indonesia-2011-2015](https://www.ristekbrin.go.id/wp-content/uploads/2016/12/Puspa-warna-Pendidikan-Tinggi-Indonesia-2011-2015)

[https://www.bps.go.id/pressrelease/20
19/05/06/1564/februari-2019](https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1564/februari-2019)

[https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/
10/16/2016/j](https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/10/16/2016/j)

[http://bappeda.jatimprov.go.id/2013/11
/27/pertama-di-indonesia-jatim-
luncurkan-modul-
kewirausahaan/](http://bappeda.jatimprov.go.id/2013/11/27/pertama-di-indonesia-jatim-luncurkan-modul-kewirausahaan/)

<https://lldikti7.ristekdikti.go.id>