

# PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI TULUNGAGUNG TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Fadila Rizki Rahayu<sup>1</sup>, Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

Corresponding Author: [fadilarizki00@gmail.com](mailto:fadilarizki00@gmail.com)<sup>1</sup>, [mariaagatha2020@gmail.com](mailto:mariaagatha2020@gmail.com)<sup>2</sup>

## Article History

Received : 29-07-2023

Revised : 04-08-2023

Accepted : 07-08-2023

**Kata Kunci: Media Sosial; Minat Berwirausaha; Pengetahuan Kewirausahaan**

**Keywords: Entrepreneurship Knowledge; Interest in Entrepreneurship; Social Media**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasinya seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, sampel 81 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian secara parsial Media Sosial terhadap minat berwirausaha berpengaruh secara signifikan dengan hasil nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,520 > 1,99085$  dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha berpengaruh signifikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $5,214 > 1,99085$ . Secara simultan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Minat Berwirausaha dengan hasil nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $100,012 > 3,962$ . Nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,928 memiliki arti jika perubahan minat berwirausaha dipengaruhi oleh Media Sosial dan pengetahuan kewirausahaan sebesar 71,2% dan sisanya sebesar 28,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of social media and entrepreneurial knowledge on the interest in entrepreneurship in students of economic education at Bhinneka PGRI Tulungagung University. This type of research is quantitative. The population is all students of the Economics Education Study Program, a sample of 81 students. Data collection techniques using a questionnaire. The partial results of the research show that Social Media has a significant effect on interest in entrepreneurship with a  $t_{count} > t_{table}$  value of  $4.520 > 1.99085$  and Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Interest has a significant effect with a  $t_{count} > t_{table}$  value of  $5.214 > 1.99085$ . Simultaneously Social Media and Entrepreneurship Knowledge have a significant and positive effect on Interest in Entrepreneurship with the result that the value of  $F_{count} > F_{table}$  is  $100.012 > 3.962$ .*

*Adjusted R2 value of 0.928 means that changes in entrepreneurial interest are influenced by social media and entrepreneurial knowledge by 71.2% and the remaining 28.8% are influenced by other factors.*

## PENDAHULUAN

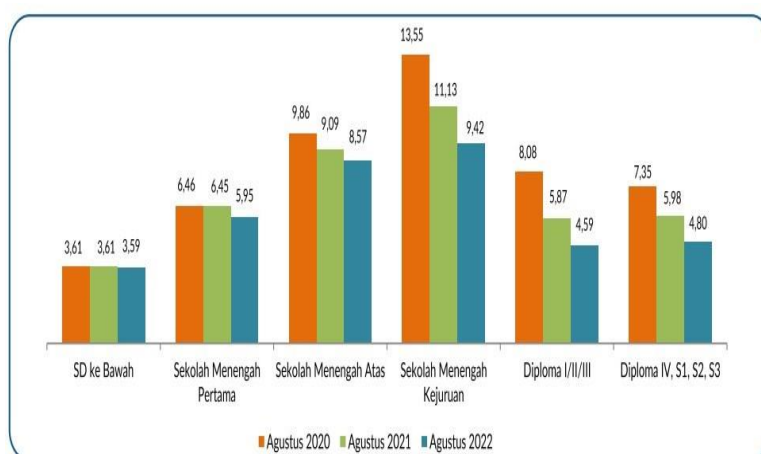
Salah satu masalah pokok perekonomian yang dihadapi adalah masalah ketenagakerjaan yang menjadi sorotan di berbagai negara seperti di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh ketidakseimbangan antara jumlah tenaga kerja dengan lapangan kerja yang tersedia. Dimana jumlah tenaga kerja semakin banyak tetapi disisi lain lapangan pekerjaan sangat sedikit (Indriyani & Subowo, 2019). Pengangguran di Indonesia semakin hari semakin meningkat jumlahnya dari waktu ke waktu. Pencari kerja baik yang mempunyai gelar sarjana atau tidak harus bersaing untuk mendapatkan pekerjaan pada lapangan kerja yang terbatas.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (Indonesia, 2021), Jumlah angkatan kerja berdasarkan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) pada Agustus 2022 sebanyak 143,72 juta orang, naik 3,57 juta orang dibanding Agustus 2021. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) naik sebesar 0,83 persen poin. Sebanyak 55,06 juta orang (40,69 persen) bekerja pada kegiatan formal, naik 0,14 persen poin dibanding Agustus 2021. Persentase setengah pengangguran dan pekerja paruh waktu mengalami penurunan, masing-masing sebesar 2,39 persen poin dan 1,77 persen poin dibandingkan Agustus 2021. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Agustus 2022 sebesar 5,86 persen, turun sebesar 0,63 persen poin dibandingkan dengan Agustus 2021.

**Gambar 1. Karakteristik Pengangguran Pada Agustus 2020-Agustus 2023**

Karakteristik Pengangguran	Agustus 2020 (persen)	Agustus 2021 (persen)	Agustus 2022 (persen)	Perubahan Agt 2020-Agt 2021 (persen poin)	Perubahan Agt 2021-Agt 2022 (persen poin)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)	7,07	6,49	5,86	-0,58	-0,63
<b>TPT Menurut Jenis Kelamin</b>					
- Laki-laki	7,46	6,74	5,93	-0,72	-0,81
- Perempuan	6,46	6,11	5,75	-0,35	-0,36
<b>TPT Menurut Daerah Tempat Tinggal</b>					
- Perkotaan	8,98	8,32	7,74	-0,66	-0,58
- Perdesaan	4,71	4,17	3,43	-0,54	-0,74
<b>TPT Menurut Kelompok Umur</b>					
- 15-24 tahun	20,46	19,55	20,63	-0,91	1,08
- 25-59 tahun	5,04	4,44	3,36	-0,60	-1,08
- 60 tahun ke atas	1,70	2,73	2,85	1,03	0,12

**Gambar 2. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan (persen), Agustus 2020-Agustus 2022**



Jumlah lulusan Perguruan Tinggi tumbuh setiap tahun, tetapi lapangan pekerjaan yang tersedia semakin sempit. Pihak institusi dan sektor swasta tidak sepenuhnya dapat diandalkan, karena kuantitas penawaran dan permintaan tenaga kerja tidak seimbang dengan jumlah angka lulusan dan daftar orang yang mengantri pekerjaan. Selain itu, lulusan Perguruan Tinggi akan memilih pekerjaan sesuai dengan keinginannya. Jika pekerjaan yang tersedia tidak cocok akan memilih untuk menganggur karena gengsi. Penyebab permasalahan lulusan yang menganggur adalah banyaknya sarjana yang hanya ingin mencari pekerjaan, bukan menciptakan lapangan kerja sendiri.

Salah satu solusi yang ditempuh untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan menciptakan lapangan pekerjaan atau dengan cara berwirausaha. Menjadi seorang wirausaha (entrepreneur) adalah alternatif yang cerdas, selain bisa menciptakan lapangan kerja sendiri, juga bisa membantu orang lain. Dan jika usahanya tumbuh dan berkembang dapat menarik lebih banyak pekerja sehingga dapat membantu lebih banyak orang.

Minat berperan sangat penting dalam kehidupan dan bisa mempengaruhi sikap dan perilaku. Mahasiswa yang berminat terhadap sesuatu cenderung ingin mengetahui dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan minatnya tanpa ada paksaan. Minat berwirausaha akan membuat seseorang lebih aktif dalam mencari dan memanfaatkan peluang usaha dengan memaksimalkan potensi yang dimiliki (Suratno et al., 2020).

Semua aspek kehidupan manusia menjadi lebih mudah dengan perkembangan teknologi. Apalagi dengan perkembangan internet membuat batas wilayah atau negara menjadi lebih transparan, dimana masyarakat bisa menerima informasi dan berkomunikasi secara langsung. Meliputi perkembangan media sosial berbasis internet, seperti facebook, whatsapp, Instagram, YouTube dan lain-lain (Satrio Nugroho & Tomo, 2020). Jadi, mahasiswa bisa memulai bisnis dengan cara menjual produknya di Facebook Market, Whatsapp Business, Instagram, membuat konten jualan di YouTube. Selain aplikasi tersebut, bisa

menggunakan aplikasi Tik Tok Shop, Shoppe, Tokopedia, Bukalapak, Lazada yang dapat mempermudah seorang pengusaha untuk meningkatkan pendapatannya.

Mahasiswa yang dikenal dengan generasi milenialis tentunya sudah terbiasa menggunakan media sosial. Bahkan hampir setiap hari mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktu menggunakan jejaring sosial di internet. Ini dapat menjadi bantuan bagi mahasiswa berwirausaha untuk memasarkan usaha mereka dalam bentuk unggahan gambar produk, video produk, teks dan audio jika mahasiswa memutuskan untuk menjadi pengusaha (Mulyadi et al., 2022). Media sosial menjadi pilihan yang tepat untuk dijadikan platform berwirausaha.

Media sosial telah membawa terobosan untuk mengubah pola pikir mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tentang kewirausahaan. Kewirausahaan dapat mengurangi risiko kegagalan karir bagi lulusan Perguruan Tinggi. Mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi telah menerima muatan bisnis pada Kurikulum dengan mata kuliah Entrepreneur dan Manajemen Pemasaran dimana mahasiswa dapat belajar mengenai bisnis untuk mengembangkan minat menjadi seorang wirausaha dengan praktik membuat rencana bisnis untuk menerapkan bisnis tersebut melalui cara konvensional atau pemanfaatan media sosial untuk berwirausaha.

Pengetahuan kewirausahaan sangat penting bagi seorang pengusaha atau pemula bisnis. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi memahami dan memperoleh pengetahuan tentang kewirausahaan. Namun, belum dimanfaatkan dengan baik oleh mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada sebagian mahasiswa yang belum mengaplikasikan teori yang telah dipelajarinya ke dalam praktek memulai usaha di bidang berwirausaha.

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan bersama mahasiswa semester VIII Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI yang bernama Rohma Aliska Dewi mengenai media sosial yang menyatakan bahwa dirinya mempunyai beberapa akun media sosial salah satunya seperti shoppe untuk berjualan, yang dapat menambah pengetahuan mengenai kewirausahaan agar memudahkan jalannya untuk berwirausaha dalam pemasaran produk. Kesenjangan yang lain terdapat pada pengetahuan kewirausahaan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi yang di dukung oleh Herica Christy yang mengatakan bahwa meskipun dirinya sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan, dia merasa belum cukup dan ingin menambah pengetahuan berwirausaha, karena yang di pelajarinya kebanyakan teori dan prakteknya sedikit. Kesenjangan yang lain terdapat pada minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi oleh Izza Kharisma Arifiani yang menyatakan bahwa saat ini mahasiswa memiliki minat yang kecil terhadap bisnis diantaranya gengsi, kurang percaya diri, takut dalam kecepatan pelayanan, merasa tidak mampu menarik pembeli (malas), kekurangan modal, kesulitan mengalokasikan waktu, takut tidak laku karena melihat pengalaman orang lain dan terkadang karakteristik konsumen yang rumit membuat bingung. Sedangkan Cintya Alifah menyatakan bahwa

mahasiswa saat ini memilih menjadi pegawai atau bekerja di perkantoran, mereka berfikir dengan bekerja sebagai pegawai akan terjamin hidupnya. Sehingga sangat jarang ditemukan seorang sarjana memulai hidupnya setelah lulus menciptakan usaha atau bisnis sendiri. Hal ini mengakibatkan rendahnya jumlah pengusaha muda yang muncul. Oleh karena itu, perlu menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa jika mahasiswa semakin banyak menggunakan dan memperbanyak akun media sosial maka pengetahuan kewirausahaan mahasiswa akan semakin luas, sehingga minat berwirausaha mahasiswa akan semakin tinggi.

Disini penulis memilih mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023, untuk dijadikan sebagai populasi dengan alasan bahwa mahasiswa semester VIII sudah menempuh mata kuliah entrepreneur 1, entrepreneur 2 dan manajemen pemasaran. Dimana mahasiswa dilatih untuk memiliki mindset bisnis yang bukan hanya menciptakan bisnis sukses yang menghasilkan banyak uang, tetapi juga didorong untuk menciptakan lapangan kerja, menambah nilai kewirausahaan, memimpin bisnis. Berdasarkan faktanya masih banyak mahasiswa yang belum berani mengambil resiko untuk melakukan sebuah usaha. Padahal, di Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung telah banyak pengetahuan kewirausahaan seperti mata kuliah Kewirausahaan, praktik kewirausahaan, seminar kewirausahaan, ada juga Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) kewirausahaan, serta perpustakaan yang menyediakan buku-buku tentang kewirausahaan yang bisa dimanfaatkan mahasiswa untuk menambah pengetahuan. Akan tetapi hal tersebut belum sesuai dengan apa yang diharapkan. Minat mahasiswa untuk berwirausaha masih tetap rendah.

Berwirausaha itu karena keinginan, minat dan kemauan untuk bekerja keras berusaha memenuhi kebutuhan tanpa takut akan resiko yang akan dihadapi, belajar dari kegagalan untuk dilalui dan berkembang. Usaha itu mereka yang menciptakan sebuah hal baru dengan produk yang menarik mengikuti perkembangan zaman, selalu optimis dan promosi agar produk atau usaha dapat dikenal dengan banyak orang. Sejalan dengan pendapat (Rahayu & Laela, 2018) bahwa minat berwirausaha dinyatakan dalam kesediaan untuk bekerja keras dan mengembangkan usahanya, harus berani bersaing, kesediaan untuk berani mengambil resiko karena terkadang kesalahan kecil bisa mengakibatkan kerugian besar terkait dengan tindakan yang ditimbulkannya. Menurut pendapat (Angri Aputra, Sukmawati, 2022) bahwa dengan berwirausaha, penerimaan pajak negara dapat meningkat dan tingkat pengangguran menurun. Selain itu, masyarakat bisa lebih mandiri, tidak lagi bergantung dengan upah yang dibayarkan negara.

Dalam penelitian terdahulu ini digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Salah satu penelitian terdahulu yaitu dari penelitian (Listiawati & Indrawati, 2020) dengan judul “Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS” menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap minat

berwirausaha. Dalam penelitian yang dilakukan ini Mahasiswa dituntut untuk memahami kewirausahaan dan memiliki ide-ide usaha agar ketika lulus nantinya sudah memiliki bekal usaha untuk dikembangkan, menggunakan Smartphone dan sudah berbasis android yang bisa dimanfaatkan dengan baik yaitu untuk berjualan secara online. Dengan berjualan online dapat menambah uang saku, serta melatih jiwa wirausaha mahasiswa.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Fransiska Puspita Widiati, 2022) dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Motivasi, dan Bisnis Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa” yang menyatakan bahwa hasil penelitian memperlihatkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan perihal media sosial, motivasi, dan bisnis kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Beberapa mahasiswa belum dapat termotivasi atau memotivasi dirinya sendiri terhadap akan adanya kemampuan atau peluang untuk menciptakan suatu usaha-usaha yang inovatif dan kurangnya pemahaman terhadap pengetahuan bisnis kewirausahaan yang dapat memengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha. Oleh sebab itu, dengan melihat kondisi dan faktor-faktor tersebut bisa menjadi acuan dari masing-masing individu mahasiswa untuk berkarya melalui usaha-usaha kecil, sehingga mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat digital yang dapat mendongkrak kemampuan serta keberanian dalam membangun minat berwirausaha.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul tentang **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Semester VIII Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023”**.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan “metode kuantitatif” karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis statistik. Menurut (Sugiyono, 2015 : 8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data berifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa semester VIII Program Studi Pendidikan Ekonomi. Dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 81 mahasiswa semester VIII Program Studi Pendidikan Ekonomi.

Teknik sampling yang digunakan adalah Nonprobability Sampling dengan jenis sampling jenuh (Sugiyono, 2015). Untuk metode pengambilan data peneliti menggunakan metode angket/kuesioner tertutup yang memuat alternative jawaban sehingga memudahkan responden dalam memberikan jawaban dengan cara mengajukan beberapa daftar pertanyaan mengenai Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat

Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.

Untuk mengetahui kualitas instrument maka dilakukan pengujian instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Sebab instrument akan dikatakan baik apabila valid. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perangkat lunak (*Software*) SPSS For Windows Version 21. Jenis pengujian instrument dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Uji Reabilitas. Selanjutnya jika data sudah lolos uji instrument selanjutnya dilakukan uji analisis data berupa uji asumsi klasik (yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji multikolonieritas dan uji heterokedastiditas), uji hipotesis (uji parsial/t dan uji simultan/f), uji regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji coba instrumen dilakukan dengan cara memberikan angket kepada 30 responden. Untuk itu peneliti melakukan uji coba instrument sebanyak 30 responden menggunakan bantuan program SPSS versi 21.0 dengan hasil uji validitas terhadap instrumen Minat Berwirausaha (Y), Media Sosial ( $X_1$ ) dan Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_2$ ) yang masing-masing berjumlah 15 butir soal dinyatakan lolos uji validitas karena telah memenuhi syarat dengan memperoleh nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

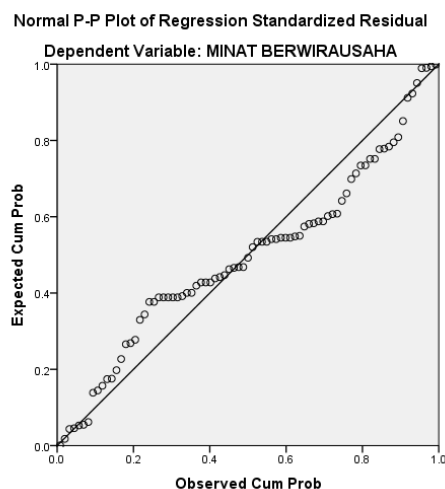
Selanjutnya hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Minat Berwirausaha (Y) sebesar  $0,951 > 0,600$ , variabel Media Sosial ( $X_1$ ) sebesar  $0,898 > 0,600$ , dan Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_2$ ) Sebesar,  $0,946 > 0,600$ . Berdasarkan perolehan hasil tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa instrument untuk variabel media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha telah lolos uji reliabilitas karena telah memenuhi syarat dengan memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dibanding nilai koefisien reliabilitas.

### *Hasil Uji Asumsi Klasik*

#### Uji Normalitas

Peneliti menggunakan Plot Probabilitas Normal (P-Plot) dan Kolmogrov-Smirnov. Agar dasar pengambilan keputusan normalitas terpenuhi pada uji P-Plot maka titik-titik data terkumpul disekitar garis. Berikut hasil uji P-Plot:

**Gambar 3. Hasil Uji Normalitas P-Plot**



Menurut data gambar 1 data dikatakan normal karena titik-titik berada disekitar garis miring. Selanjutnya, untuk memperkuat data pada table 1.1 melalui uji P-Plot maka dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*:

**Tabel 1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.80896949
Most Extreme Differences	Absolute	.141
	Positive	.131
	Negative	-.141
Kolmogorov-Smirnov Z		1.266
Asymp. Sig. (2-tailed)		.081
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Menurut hasil tabel 1 diperoleh hasil sebesar  $0,081 \geq 0,05$ , Maka data dikatakan normal karena sig lebih besar dari 0,05.

**Uji Linieritas**

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat (Riduwan, 2014 : 184). Jika nilai deviation from linierity lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan berupa garis linier. Hasil uji dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:



**Tabel 2. Hasil Uji Linieritas Media Sosial (X<sub>1</sub>) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BERWIRAUSAHA * MEDIA SOSIAL	Between Groups	(Combined)	3212.928	27	118.997	6.825	.000
		Linearity	2571.867	1	2571.867	147.499	.000
		Deviation from Linearity	641.061	26	24.656	1.414	.142
	Within Groups		924.134	53	17.436		
	Total		4137.062	80			

Berdasarkan tabel 2 diatas hasil uji linieritas variabel media sosial (X<sub>1</sub>) terhadap minat berwirausaha (Y) diperoleh nilai *sig. linearity* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai *sig. deviation from linearity* lebih dari 0,05 yaitu 0,142.

**Tabel 3. Hasil Uji Linieritas Pengetahuan Kewirausahaan (X<sub>2</sub>) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BERWIRAUSAHA * PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN	Between Groups	(Combined)	3239.566	23	140.851	8.945	.000
		Linearity	2672.452	1	2672.452	169.728	.000
		Deviation from Linearity	567.115	22	25.778	1.637	.070
	Within Groups		897.495	57	15.746		
	Total		4137.062	80			

Berdasarkan tabel 3 diatas hasil uji linieritas variabel pengetahuan kewirausahaan (X<sub>2</sub>) terhadap minat berwirausaha (Y) diperoleh nilai *sig. linearity* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai *sig. deviation from linearity* lebih dari 0,05 yaitu 0,070.

### Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar varabel bebas (independent) (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel

independent lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/\text{tolerance}$ ). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $\geq 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF \leq 10$ .

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	7.198	4.065		1.771	.081		
	MEDIA SOSIAL	.390	.086	.419	4.520	.000	.418	2.393
	PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN	.509	.098	.484	5.214	.000	.418	2.393

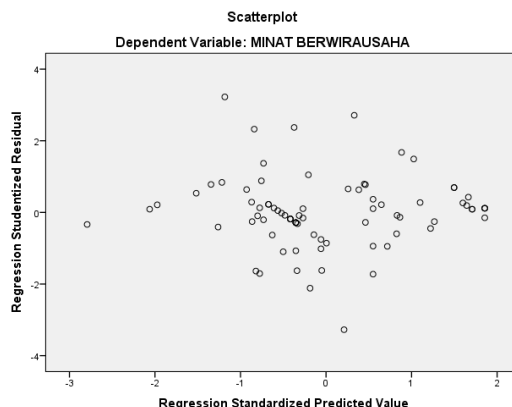
a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

Berdasarkan tabel 4 diatas diperoleh nilai *tolerance value* media sosial  $X_1$  dan pengetahuan kewirausahaan  $X_2$  lebih besar dari 0,10 yaitu masing-masing sebesar 0,418 dan demikian pula dengan nilai VIF kedua variabel independent kurang dari 10 yaitu masing-masing sebesar 2,393. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis yaitu model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel independent.

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2016) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat lainnya. Jika varian dari residual dari satu pengamat ke pengamat lain sama, maka disebut sebagai homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Untuk mengetahui suatu instrument terdapat heterokedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola pada grafik regresi, jika ada maka telah terjadi heterokedastisitas dan jika tidak terjadi pola yang jelas atau polanya menyebar di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

**Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar 2 hasil uji heteroskedastisitas scatterplot di atas, menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menyatakan berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi ini.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk mengetahui kontribusi secara simultan antara Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI, maka digunakan regresi linier berganda. Regresi linier berganda adalah suatu perluasan Teknik regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat (Arikunto, 2010:338).

Selanjutnya garis regresi merupakan bagian dari analisis penelitian yang menyatakan hubungan antara variabel-variabel pada pengamatan dengan bantuan *SPSS versi 21 for windows* nilai a, b1, b2 secara berturut-turut dari atas, bisa dilihat pada baris *Unstandarized Coefisien B* pada tabel *Coefisien*.

Analisis data pada permasalahan ini adalah pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa semester VIII program studi pendidikan ekonomi universitas bhinneka PGRI tahun akademik 2022/2023.

**Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.198	4.065		1.771	.081
	MEDIA SOSIAL	.390	.086	.419	4.520	.000
	PENGETAHUAN KEWIRUSAHAAN	.509	.098	.484	5.214	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRUSAHA

Dari hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.14 *coefficients<sup>a</sup>* dapat dilihat bahwa diperoleh persamaan dari rumus regresi linear berganda  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  (Riduwan, 2010: 25) yaitu  $Y = 7,198 + 0,390X_1 + 0,509X_2$  yang penjelasannya sebagai berikut:

1. (a) merupakan konstanta yang besarnya 7,198 menyatakan bahwa jika variabel independent (media sosial dan pengetahuan kewirausahaan) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependent (minat berwirausaha) sebesar 7,198.
2. (b<sub>1</sub>) merupakan koefisien regresi dari X<sub>1</sub> sebesar 0,390 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X<sub>1</sub> dengan asumsi variabel lain (X<sub>2</sub>) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,390.
3. (b<sub>2</sub>) merupakan koefisien regresi dari X<sub>2</sub> sebesar 0,509 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X<sub>2</sub> dengan asumsi variabel lain (X<sub>1</sub>) konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,509.

### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian, apakah diterima atau ditolak. Uji hipotesis dalam penelitian terdiri dari uji t dan uji f yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas media sosial (X<sub>1</sub>) dan pengetahuan kewirausahaan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel terikat minat berwirausaha (Y) baik secara parsial maupun secara simultan

#### a. Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk menguji pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa secara parsial signifikan atau tidak, dalam penelitian ini digunakan pembandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dan N sebesar 81 diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,99085. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan program SPSS versi 21.00 for windows, diperoleh hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Be ta		
1	(Constant)	7.198	4.065		1.771	.081
	MEDIA SOSIAL	.390	.086	.419	4.520	.000
	PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN	.509	.098	.484	5.214	.000
a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA						

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa variabel Media Sosial ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,520 > 1,99085$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka Hipotesis Nol atau  $H_0$  ditolak dan Hipotesis alternatif atau  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikansi antara variable Media Sosial ( $X_1$ ) terhadap minat berwirausaha (Y) pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2022/2023.

Selanjutnya dapat diketahui bahwa pada variabel pengetahuan kewirausahaan ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $5,214 > 1,99085$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka Hipotesis nol atau  $H_0$  ditolak dan Hipotesis alternatif  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikansi terhadap variabel media sosial ( $X_2$ ) terhadap minat berwirausaha (Y) Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2022/2023.

#### b. Uji F (Simultan)

Uji f bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu media sosial ( $X_1$ ) dan pengetahuan kewirausahaan ( $X_2$ ) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu minat berwirausaha (Y). Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan pembilang (m-1) dan penyebut (N-m), N (jumlah seluruh sampel) sebesar 81 dan m (jumlah variabel bebas) sebesar 2 diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 3,962. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan program SPSS versi 21.00 for windows, diperoleh hasil pengujian uji f dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2976.402	2	1488.201	100.012	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1160.660	78	14.880		
	Total	4137.062	80			
a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA						
b. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MEDIA SOSIAL						

Berdasarkan tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  pada kolom F yaitu sebesar 100.012 dan untuk nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,962 . Jadi dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $100,012 > 3,962$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga Hipotesis nol atau  $H_0$  ditolak dan Hipotesis alternatif  $H_a$  diterima. Maka seluruh variabel independent atau media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama dan signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen atau minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2022/2023.

## Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 <sup>a</sup>	.719	.712	3.857
a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MEDIA SOSIAL				
b. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA				

Berdasarkan analisis pada tabel 4.17 dapat diketahui bahwa koefisien korelasi pada kolom R sebesar 0,848 dan nilai determinan pada kolom adjusted R *Square* sebesar 0,712 atau sebesar 71,2%. Hal ini menunjukkan bahwa 71,2% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X<sub>1</sub> dan variabel X<sub>2</sub>. Sedangkan sisanya sebesar 28,8% (100% - 71,2% = 28,8%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel X<sub>1</sub> dan variabel X<sub>2</sub> yang mempengaruhi minat berwirausaha.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa semester VIII program studi Pendidikan Ekonomi Tahun Akademik 2022/2023. Berdasarkan hasil uji t variabel Media Sosial (X<sub>1</sub>) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,520 > 1,99085$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka Hipotesis Nol atau H<sub>0</sub> ditolak dan Hipotesis alternatif atau H<sub>a</sub> diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikansi antara variable Media Sosial (X<sub>1</sub>) terhadap minat berwirausaha (Y) pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2022/2023.
2. Secara parsial terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa semester VIII program studi Pendidikan Ekonomi Tahun Akademik 2022/2023. Berdasarkan hasil uji t variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X<sub>2</sub>) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $5,214 > 1,99085$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka Hipotesis nol atau H<sub>0</sub> ditolak dan Hipotesis alternatif H<sub>a</sub> diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikansi terhadap variabel pengetahuan kewirausahaan (X<sub>2</sub>) terhadap minat berwirausaha (Y) Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2022/2023.
3. Secara simultan terdapat pengaruh penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa semester VIII program studi Pendidikan Ekonomi Tahun Akademik 2022/2023. Berdasarkan hasil uji f, nilai  $F_{hitung}$

pada kolom F yaitu sebesar 100.012 dan untuk nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,962. Jadi dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $100.012 > 3,962$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga Hipotesis nol atau  $H_0$  ditolak dan Hipotesis alternatif  $H_a$  diterima. Maka seluruh variabel independent atau media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama dan signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen atau minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2022/2023.

4. Berdasarkan analisis uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat diketahui bahwa koefisien korelasi pada kolom R sebesar 0,848 dan nilai determinan pada kolom adjusted R *Square* sebesar 0,712 atau sebesar 71,2%. Hal ini menunjukkan bahwa 71,2% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$ . Sedangkan sisanya sebesar 28,8% ( $100\% - 71,2\% = 28,8\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$  yang mempengaruhi minat berwirausaha.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan dari media sosial ( $X_1$ ) dan Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_2$ ) terhadap minat berwirausaha mahasiswa semester VIII pendidikan ekonomi, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Penggunaan media sosial semakin canggih terdapat banyak aplikasi yang memungkinkan mahasiswa untuk memanfaatkan media sosial dalam dunia bisnis, sehingga usaha yang dijalankan bisa lebih berkembang. Diharapkan mahasiswa harus menambah akun media sosial agar bisa minat berwirausaha dan dengan dimilikinya pengetahuan kewirausahaan pada mahasiswa diharapkan mampu mengidentifikasi peluang usaha, yang kemudian mempergunakan peluang usaha untuk menciptakan peluang kerja baru sehingga akan mengurangi tingkat pengangguran yang ada.

2. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut yaitu dengan mengembangkan penelitian yang sudah ada dan memperluas variabel sehingga dapat memberikan hasil temuan yang lebih baik dan dapat bermanfaat bagi semua pihak (variabel diluar penelitian ini, misalnya: pengaruh sikap atau kepribadian, Efikasi diri, lingkungan keluarga, ekspektasi pendapatan, dan lain-lain).

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tanpa mengurangi rasa syukur kepada Allah SWT, terimakasih saya ucapkan kepada Dosen Pembimbing saya Ibu Maria Agatha Sri W H, M.Pd. atas bimbingannya selama ini serta Mahasiswa Semester VIII Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka

PGRI Tulungagung yang telah membantu saya dalam pengumpulan data. Terimakasih untuk kedua orang tua saya, pasangan saya, adik dan saudara saya yang senantiasa memberikan doa dan semangatnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angri Aputra, Sukmawati, N. A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 9(1).
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Fransiska Puspita Widiati, T. L. P. W. (2022). Pengaruh Media Sosial, Motivasi, dan Bisnis Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2003–2012.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23*.
- Indonesia, B. P. S. (2021). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2022. *Badan Pusat Statistik*, 11(84), 1–28.
- Indriyani, I., & Subowo. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 18–23. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>
- Listiawati, M., & Indrawati, C. D. S. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(1), 27–36.
- Mulyadi, O., Dharma, R., Eliza, Y., & Putri, D. A. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UPI YPTK Padang). *Journal of Science Education and Management Business*, 1(1), 38–47.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Riduwan. (2010). *Dasar-Dasar Statiska*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2014). *Metode & Teknik Penyusunan Proposal Penelitian*. Alfabeta.
- Satrionugroho, B., & Tomo, S. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha (Studi Kasus Di STMIK Sinar Nusantara Surakarta). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 87–93.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.



Suratno, Kohar, F., Rosmiati, & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa/I Pada Smk Negeri 1 Kota Sungai Penuh. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 477–490. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i5.212>