

PENGARUH MEDIA SOSIAL, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN RASA PERCAYA DIRI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNSRIT

Efendi Derek¹, Priska S.T. Mawuntu², Githa Iis Rumambi³

¹Mahasiswa Fakultas Manajemen Bisnis dan Komunikasi, Universitas Sari Putra Indonesia Tomohon,

^{2,3}Dosen Fakultas Manajemen Bisnis dan Komunikasi, Universitas Sari Putra Indonesia Tomohon

Corespoden autor: githa.rumambi@unsrittomohon.ac.id

ABSTRACT—Interest is the desire or sense of interest in something that a person wants to do without any element of compulsion and on the basis of his personal desire, with interest will make a person encouraged to achieve something. There are many factors that affect students' interest in entrepreneurship, including influenced by social media, entrepreneurial knowledge and confidence. The purpose of this study is to determine the influence of social media, entrepreneurial knowledge and confidence on the entrepreneurial interest of students of Sariputra University Indonesia Tomohon. This study uses a quantitative research design through multiple linear regression analysis. The sample in this study was 100 students of Sariputra University Indonesia Tomohon with data collection techniques using questionnaires. The results of this study show that social media has a positive and significant influence on entrepreneurial interest, entrepreneurial knowledge does not have a significant influence on entrepreneurial interest, self-confidence has a positive and significant influence on entrepreneurial interest and social media, entrepreneurial knowledge and self-confidence together affect entrepreneurial interest.

Keyword—*Entrepreneurial Interest; Social Media; Entrepreneurial Knowledge; Self-Confidence*

ABSTRAK—Minat merupakan keinginan atau rasa ketertarikan terhadap suatu hal yang ingin dilakukan oleh seseorang tanpa ada unsur keterpaksaan dan atas dasar keinginan pribadinya, dengan adanya minat akan membuat seseorang menjadi terdorong untuk mencapai sesuatu. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha, diantaranya dipengaruhi oleh media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan rasa percaya diri. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan rasa percaya diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia Tomohon. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif melalui analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia Tomohon dengan Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan media sosial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha, rasa percaya diri mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha serta media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan rasa percaya diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Kata Kunci—*Minat Berwirausaha; Media Sosial; Pengetahuan Kewirausahaan; Rasa Percaya Diri.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negarayang berpenduduk padat dan berada di peringkat keempat dengan populasi terbanyak di dunia. Jumlah penduduk Indonesia dilihat berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS) sebanyak 278,8 juta jiwa pada 2023. Dengan padatnya jumlah penduduk di Indonesia maka kebutuhan pangan, pendidikan dan lapangan pekerjaan juga meningkat. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia pada Agustus 2023 sebesar 5,32%, dibandingkan pada Agustus 2022 sebesar 5,86% jumlah tersebut turun sebesar 0,54% poin (BPS,

2023). Hal ini disebabkan karena adanya peran pemerintah dalam mengatasi Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia lewat kebijakan-kebijakan dan program yang dilakukan (BPS, 2023)

Pada Agustus 2023 jumlah TPT menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan pada lulusan Diploma I/II/III dan lulusan Diploma IV, S1, S2, S3 mengalami peningkatan masing-masing sebesar 0,20% poin dan 0,38% poin. Tentu kondisi ini sangat mengkhawatirkan mengingat untuk mendapatkan pekerjaan, persaingan akan menjadi sangat ketat

dikarenakan semakin diseleksinya kompetensi dan keahlian tertentu. Setiap tahun banyak orang yang ingin bekerja namun, hanya sedikit di antara mereka yang berpikir untuk menciptakan lapangan kerja sendiri. Begitu juga dengan mahasiswa yang berpikir setelah lulus hanya ingin menjadi pegawai, karyawan, buruh atau atau menjual tenaganya sendiri dan berharap mendapat imbalan jasa yang belum tentu sesuai dengan kebutuhan hidup. Hal ini disebabkan oleh besarnya jumlah tenaga kerja yang mencapai 19,34 juta dibandingkan dengan lapangan kerja yang tersedia sepanjang 2023. Solusi yang tepat adalah dengan membuka lapangan pekerjaan sendiri yaitu dengan menjadi seorang wirausaha (Silvina, 2023).

Perguruan tinggi merupakan salah satu pendukung dalam dalam melahirkan generasi-generasi produktif yang dapat menggerakkan dan memperbaiki perekonomian Indonesia. Mahasiswa merupakan individu terdidik yang derajatnya lebih tinggi dari pelajar lain, seharusnya sudah tidak ada lagi pikiran untuk menjadi calon karyawan. Mahasiswa seharusnya berpikir tentang bagaimana caranya agar dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan dapat menampung banyak karyawan dengan memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki sesuai dengan keterampilan dan bidangnya masing-masing. Mahasiswa juga diharapkan mampu menjadi penggerak atas perekonomian dengan menanamkan jiwa kewirausahaan sejak dini. Hal ini dapat membantu menurunkan tingkat pengangguran serta tingkat kemiskinan yang menghambat perkembangan perekonomian, oleh karena itu minat mereka untuk beraktivitas dalam berwirausaha juga perlu digalakkan sejak di perguruan tinggi yang mana nantinya mahasiswa sebagai generasi muda akan menjadi penerus bangsa. Wirausaha dinilai sebagai sumber pemberdayaan ekonomi karena dapat meningkatkan taraf perekonomian masyarakat. Selain itu media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan rasa percaya diri merupakan faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siska (2022) mengatakan bahwa media sosial dan rasa percaya diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, dan penelitian yang dilakukan oleh Susilawaty (2022) yang mengatakan bahwa secara parsial pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha serta penelitian yang dilakukan Intan (2023) mengatakan bahwa secara simultan

pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Untuk menjadi seorang wirausaha, mahasiswa harus memiliki minat terlebih dahulu yang mana itu akan menjadi penguat untuk memulai suatu usaha. Minat juga diartikan sebagai kecenderungan untuk memperhatikan dan mencari objek tertentu. Minat merupakan keinginan atau rasa ketertarikan terhadap suatu hal yang ingin dilakukan oleh seseorang tanpa ada unsur keterpaksaan dan atas dasar keinginan pribadinya (Putra, 2023). Minat akan mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginannya. Seseorang yang memiliki minat dalam berwirausaha maka orang tersebut akan mendalami dan mempelajari hal yang berkaitan dengan kewirausahaan. Minat berwirausaha merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas wirausaha dengan kemampuan yang dimiliki serta mampu menciptakan dan mengolah peluang usaha. Orang dengan minat yang kuat dalam kewirausahaan memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk memiliki usaha rintisan di masa depan (Harti, 2022). Hal ini tentunya juga sangat diperlukan oleh mahasiswa untuk membangun suatu usaha yang diinginkannya. Tentu ketertarikan dan keinginan tersebut harus diimbangi dengan kerja keras untuk berusaha secara maksimal tanpa merasa takut akan resiko yang nantinya muncul. Dengan menumbuhkan minat berwirausaha dalam diri mahasiswa memberikan dampak positif bagi perekonomian, salah satunya adalah penyediaan lapangan pekerjaan.

Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan oleh Herdianty (2024) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap minat Berwirausaha” mengenai pekerjaan yang diinginkan oleh mahasiswa setelah lulus terdapat 26,7% mahasiswa ingin berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa minimnya keinginan mahasiswa untuk berwirausaha. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh Putra (2023) dengan judul “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Adversity Intelligence dan Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNESA” menunjukkan sebanyak 23% mahasiswa yang ingin berwirausaha dan ini menunjukkan bahwa kurangnya minat mahasiswa dalam berwirausaha. Serta menurut hasil observasi oleh Riswono (2024) kepada mahasiswa fakultas

ekonomi Universitas Negeri Jakarta, peneliti menemukan bahwa sebagian besar mahasiswa tidak berminat untuk berwirausaha ketika lulus. Akan tetapi menurut hasil survey dan wawancara oleh Aini (2020) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University” yang menyatakan bahwa minat berwirausaha menjadi trend di kalangan anak-anak muda dan banyak anak-anak muda yang berlomba-lomba untuk memulai bisnisnya terutama di kalangan mahasiswa.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat dalam berwirausaha, salah satunya yaitu penggunaan media sosial. Menurut Kosasih (2020) media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media merupakan sebuah alat yang digunakan untuk berkomunikasi, sedangkan sosial merupakan suatu aksi atau interaksi dari seseorang terhadap masyarakat sekelilingnya. Meningkatnya jumlah pengguna internet seiring perkembangan teknologi informasi, media sosial telah bertransformasi sebagai salah satu sumber informasi serta alat komunikasi yang paling sering digunakan oleh berbagai kalangan. Media sosial ini sangat bermanfaat untuk melakukan komunikasi, edukasi, rekreasi, promosi dan lain sebagainya.

Perkembangan teknologi informasi yang terjadi serta meluasnya penggunaan internet dan media sosial di Indonesia dapat dimanfaatkan oleh generasi muda untuk mendirikan usaha. Mahasiswa sebagai agent of change merupakan kelompok yang paling rentan memiliki ketergantungan terhadap internet dibandingkan segmen masyarakat yang lain (Kendall, 2020). Hal ini menjadi salah satu pemicu dimana mahasiswa yang sering menggunakan media sosial dijadikan sasaran pangsa pasar merek-merek lokal, atau jualan online teman-temannya, bagi yang menyadarinya hal ini dapat memberikan motivasi dan minat untuk mendapatkan keuntungan berwirausaha melalui media sosial dan bukan hanya menjadi konsumen semata. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberadaan media sosial memiliki kecenderungan untuk menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Siska (2022) yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2023), media sosial berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa UKT Toraja. Namun berbeda dengan hasil penelitian oleh Silvina (2023) yang menyatakan bahwa secara parsial media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis maritim UMRAH. Selain media sosial, minat berwirausaha seseorang juga dipengaruhi oleh pengetahuan kewirausahaan. Pengetahuan kewirausahaan yaitu kemampuan untuk mengenali atau menciptakan peluang dan mengambil tindakan untuk sesuatu yang perlu diketahui mengenai kewirausahaan yang diperoleh dari sumber-sumber informasi. Dengan pengetahuan kewirausahaan yang memumpuni maka seseorang bisa lebih mudah dalam membuat inovasi pada peluang usaha yang ada di sekitar mereka menjadi hal baru dan berkualitas. Pengetahuan kewirausahaan dibutuhkan seseorang untuk menganalisis berbagai ancaman ketika menjalankan sebuah usaha, sehingga dapat mengambil sebuah keputusan yang bijak dalam menyelesaikan masalah tersebut. Pernyataan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun terdapat perbedaan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Hadyastiti (2020) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha.

Selain dua faktor tersebut rasa percaya diri juga mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha. Kepercayaan diri merupakan sebuah rasa yakin seseorang atas kemampuan yang dimiliki dapat mengatur perilaku yang terus berkembang pada dirinya dengan ketegasan dan dengan cara yang benar. Sebelum membangaun rasa percaya diri maka terlebih dahulu mempelajari kelebihan dan kekurangan yang ada pada diri, maka ketika melakukan sesuatu aktivitas akan dilakukan dengan baik dan tepat waktu tanpa ada keraguan. Percaya diri merupakan faktor yang penting untuk mengembangkan potensi diri seseorang dalam berwirausaha. Walaupun hanya memiliki bakat yang minimalis, namun jika mahasiswa dapat membangun rasa percaya diri dengan baik, maka mahasiswa akan mendapat kesempatan dari orang lain yang dapat membantu menyalurkan potensinya tersebut. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas (2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh rasa percaya diri terhadap

minat berwirausaha. Akan tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Silvina (2023) yang menyatakan bahwa rasa percaya diri tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Universitas Sariputra Indonesia Tomohon (UNSRIT) secara resmi berdiri pada tanggal 5 Desember 1999, merupakan perguruan tinggi di bawah naungan Yayasan Dharma Bhakti Indonesia Tomohon (YDBIT), yang berlokasi di Jalan Perlombaan Kakaskasen 2 Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara. UNSRIT memiliki 3 Fakultas serta 8 Program Studi Sarjana, yaitu Fakultas Keperawatan dan Ilmu Kesehatan, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Manajemen Bisnis dan Komunikasi, serta memiliki total mahasiswa pada semester genap tahun 2024 sebesar 662 mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara awal yang peneliti lakukan dengan 15 mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia Tomohon, mengenai pekerjaan yang diinginkan oleh mahasiswa setelah lulus dari perguruan tinggi adalah sebagian besar mahasiswa ingin menjadi perawat dan karyawan swasta, dan hanya sedikit mahasiswa yang ingin berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya minat berwirausaha yang ada pada mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia Tomohon.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan dan Rasa Percaya Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia Tomohon”.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kewirausahaan

Menurut Qustolani (2023) kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangun semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Sedangkan menurut Rahayu (2018) kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dan memiliki nilai dengan mengorbankan waktu dan tenaga, melakukan pengambilan risiko finansial, fisik, maupun sosial, serta menerima imbalan moneter dan kepuasan serta kebebasan pribadi.

B. Minat Berwirausaha

Menurut Lilawati (2021) minat diartikan sebagai suatu perhatian mendalam dengan perasaan senang terhadap suatu hal sehingga mengarahkan individu untuk melakukan kegiatan

tersebut berdasarkan kemauan sendiri. Secara terminology minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal yang diminatinya (Matondang, 2018). Selanjutnya menurut Setiawan (2020) menjelaskan bahwa minat adalah salah satu aspek psikis individu yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Minat juga dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan model yang sedang tren, bukan hal yang dibawa sejak lahir (Febriani, 2021).

C. Media Sosial

Media sosial merupakan fasilitas di internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2019). Lahirnya media sosial membuat pergeseran perilaku, budaya dan norma pada masyarakat (Quesenberry, 2019). Hampir semua kalangan dari berbagai macam latar belakang dan usia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai sarana menyampaikan atau mendapatkan informasi. Menurut Kurniawan (2018) di zaman serba digital ini, media sosial memiliki peran penting dalam berbagai aspek kehidupan yaitu sebagai komunikasi dan interaksi sosial, berita dan informasi, pengaruh budaya dan tren, pemasaran dan bisnis, pengaruh politik dan aktivisme, pendidikan dan pembelajaran serta kesehatan mental.

D. Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Sukardi (2018), pengetahuan pada kehidupan manusia biasanya disebut usaha dalam mengetahui kondisi atau gejala yang ada disekitarnya, keinginan untuk mengetahui kondisi atau gejala yang ada di sekitarnya dan rasa keingintahuan ini membuat manusia untuk memperoleh informasi tentang kondisi atau gejala tersebut. Kewirausahaan merupakan orang-orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai barang dan jasa yang unik dan inovatif serta bersedia berproses untuk memperoleh keuntungan dan memberikan kesejahteraan tidak hanya bagi dirinya sendiri, karyawannya, tetapi juga masyarakat luas (Tyra, 2020). Pengetahuan kewirausahaan merupakan pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang

menguntungkan dirinya dan masyarakat (Wicaksono, 2017).

E. Rasa Percaya Diri

Menurut Lauster (2022) kepercayaan diri merupakan sifat atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas melakukan hal-hal yang sesuai keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Dalam berwirausaha, sifat percaya diri ini penting ditanamkan dalam diri karena seorang wirausahawan akan menunjukkan kemampuan, kreativitas, keterampilan dan keahlian kepada banyak orang (Prastyaningtyas, 2023). Menurut Fatimah(2020) kepercayaan diri merupakan sikap positif seseorang yang memungkinkan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif, baik terhadap diri sendiri maupun lingkungan atau situasi yang dihadapinya. Lauster (2022) mengemukakan lima aspek kepercayaan diri yaitu keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab dan rasional.

F. Hubungan Antar Variabel

1) Hubungan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Silvina (2023) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial, Rasa Percaya Diri Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji” dapat disimpulkan bahwa secara parsial media sosial tidak berpengaruh signifikan, sedangkan secara simultan media sosial, Rasa Percaya Diri dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim UMRAH. Nourma (2023) juga melakukan penelitian serupa dengan judul “Pengaruh Media Sosial dan Role Model Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Jambi” menarik kesimpulan bahwa media sosial dan role model secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kota Jambi..

2) Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan penelitian oleh Kelana (2020) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” disimpulkan bahwa secara parsial pengetahuan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Sedangkan secara serempak pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Aini (2022) dengan judul ‘Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University” mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan kewirausahaan, motivasi wirausaha, dan lingkungan keluarga, baik secara simultan dan sebagian pada minat wirausaha.

3) Hubungan Rasa Percaya Diri terhadap Minat Berwirausaha

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2022) berjudul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dan Rasa Percaya Diri (Self Confidence) Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Negeri 1 Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu” dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel pemanfaatan sosial media dan variabel kepercayaan diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 1 Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu. Silvina (2023) juga melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Rasa Percaya Diri Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji” dengan kesimpulan , rasa percaya diri tidak berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim UMRAH.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, ikatan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

H1=Terdapat pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia Tomohon

H2=Terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia Tomohon

H3=Terdapat pengaruh rasa percaya diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia Tomohon.

H4=Terdapat media sosial, pengetahuan kewirausahaan dan rasa percaya diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia tomohon.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan desain penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai metode penelitian berdasarkan filosofi, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Penulis menggunakan metode kuantitatif karena dari segi perspektif, penelitian kuantitatif lebih menggunakan pendekatan etik, artinya Peneliti mengumpulkan data dengan menetapkan terlebih dahulu konsep sebagai variabel-variabel berhubungan yang berasal dari teori yang suda ada dan dipilih oleh peneliti. Kemudian variabel-variabel tersebut dicari dan ditetapkan indikatornya.

A. Populasi dan Sample

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia Tomohon dengan jumlah populasi 662 mahasiswa tahun 2024. Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Probability Sampling atau Simple Random Sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap

anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, atau pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak (Sugiyono, 2018). Pada penelitian di Universitas Sariputra Indonesia Tomohon dengan jumlah populasi 662 mahasiswa peneliti menentukan sampel yang minimum menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan 10%.

B. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang merupakan data primer. Metode kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui (Sugiyono 2017). Kuesioner akan dibagikan kepada seluruh mahasiswa Universitas Sariputra Indonesia Tomohon. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner tertutup, karena responden hanya memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar.

HASIL

A. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini dilihat dari fakultas dan jenis kelamin. Jumlah kuesioner yang disebarakan sebanyak 100 kuesioner dan tidak ada yang rusak, dan layak diolah. Responden mengisi kuesioner kemudian peneliti mengolah data tersebut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Fakultas	Responden	Persentase
FIK	56	56%
FMBK	25	25%
FST	19	19%
Jumlah	100	100%

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden ada pada Fakultas Keperawatan dan Ilmu Kesehatan yaitu sebanyak 56 orang (56%), Fakultas Manajemen Bisnis dan Ilmu Komunikasi yaitu 25 orang (25%) dan Fakultas Sains dan Teknologi yaitu 19 orang (19).

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki-Laki	26	26%
Perempuan	74	74%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan Tabel 2 karakteristik jenis kelamin, perempuan memiliki jumlah yang lebih banyak yaitu 74 orang (74%) sedangkan laki-laki yaitu 26 orang (26%).

B. Uji Instrumen

Hasil uji validitas menunjukkan bahwasanya semua item pernyataan yang menggambarkan media sosial (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2) dan rasa percaya diri (X3) terhadap minat berwirausaha (Y) yakni valid, sebab p value < 0,05. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwasanya semua pernyataan reliabel, karena nilai cronbach's alpha > 0,60.

C. ANALISIS DATA

1. Uji F

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.	
1	Regression	710,229	3	197,554	51,334
	Residual	219,211	96	3,848	

Dari hasil uji F pada tabel 3, didapat Fhitung adalah 51,334 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan Fhitung $51,334 > Ftabel 2,699$, maka media sosial (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2) dan rasa percaya diri (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y).

2. Uji T

Tabel 4. Hasil Uji T

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	3,068	3,068		1,669
X1	,670	,103	,575	6,471
X2	,069	,092	,060	,752
X3	,238	,101	,226	2,363

Tabel 4 menunjukkan bahwa:

- 1) Nilai media sosial (X1) menunjukkan thitung 6,471 > ttabel 1.661 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05, artinya bahwa H1 diterima yang mana menyatakan ada pengaruh yang signifikan

dari media sosial (X1) terhadap minat berwirausaha (Y).

- 2) Hasil dari variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) menunjukkan thitung $0,752 < ttabel 1.661$ dengan nilai signifikan sebesar 0,454 atau lebih dari 0,05, artinya bahwa H2 ditolak yang mana menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan dari pengetahuan kewirausahaan (X2) terhadap minat berwirausaha (Y).
- 3) Hasil dari variabel rasa percaya diri (X3) menunjukkan thitung $2,363 > ttabel 1.661$ dengan nilai signifikan sebesar 0,020 atau kurang dari 0,05, artinya bahwa H3 diterima yang mana menyatakan ada pengaruh yang signifikan dari rasa percaya diri (X3) terhadap minat berwirausaha (Y).

3. Analisis Linear Berganda

Diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien regresi X₁ sebesar 0,670, X₂ sebesar 0,069 dan X₃ sebesar 0,238 dengan konstanta sebesar 3,068 sehingga model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 3,068 + 0,670X_1 + 0,069X_2 + 0,238X_3$$

Y = Minat Berwirausaha

X₁ = Media Sosial

X₂ = Pengetahuan Kewirausahaan

X₃ = Rasa Percaya Diri

Berdasarkan persamaan regresi diatas mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta yang diperoleh 3,068 maka bisa diartikan jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 3,068
- 2) Nilai koefisien regresi variabel media sosial (X₁) sebesar 0,670, maka bisa diartikan bahwa jika variabel media sosial (X₁) meningkat maka variabel minat berwirausaha (Y) juga akan meningkat.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan (X₂) sebesar 0,069, maka bisa diartikan bahwa jika variabel pengetahuan kewirausahaan (X₂) meningkat maka variabel minat berwirausaha (Y) akan meningkat juga.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel rasa percaya diri (X₃) sebesar 0,238, maka bisa diartikan bahwa jika variabel rasa percaya diri (X₃) meningkat maka variabel minat berwirausaha (Y) juga akan meningkat.

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Media Sosial (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan hasil uji secara parsial dari variabel media sosial (X1) menunjukkan thitung 6,471 > ttabel 1.661 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05, artinya bahwa H1 diterima yang mana menyatakan ada pengaruh yang signifikan dari media sosial (X1) terhadap minat berwirausaha (Y).

B. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X2) terhadap minat berwirausaha (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dari variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) menunjukkan thitung 0,752 < ttabel 1.661 dengan nilai signifikan sebesar 0,454 atau lebih dari 0,05, artinya bahwa H2 ditolak yang mana menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan dari pengetahuan kewirausahaan (X2) terhadap minat berwirausaha (Y).

C. Pengaruh Rasa Percaya Diri (X3) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Hasil dari variabel rasa percaya diri (X3) menunjukkan thitung 2,363 > ttabel 1.661 dengan nilai signifikan sebesar 0,020 atau kurang dari 0,05, artinya bahwa H3 diterima yang mana menyatakan ada pengaruh yang signifikan dari rasa percaya diri (X3) terhadap minat berwirausaha (Y).

D. Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan dan Rasa Percaya Diri Terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil uji F didapat tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan Fhitung 51,334 > Ftabel 2,699, maka media Sosial, pengetahuan kewirausahaan dan rasa percaya diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Kemudian hasil yang diperoleh dari nilai determinasi terdapat pada nilai R² sebesar 0,616. Hal ini berarti 61,6% dari variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas, sedangkan sisanya 38,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Media sosial (X₁) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Y)
2. Pengetahuan (X₂) kewirausahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha (Y)
3. Rasa percaya diri (X₃) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Y)
4. Media sosial (X₁), pengetahuan kewirausahaan (X₂) dan rasa percaya diri (X₃) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha (Y).

SARAN

1. Bagi tempat penelitian, penelitian ini bisa digunakan sebagai informasi untuk universitas sariputra indonesia untuk memotivasi dan meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang kewirausahaan dan keikutsertaan dalam kegiatan yang berbau wirausaha, karena dapat mendorong jiwa-jiwa baru dalam wirausaha serta minat mahasiswa dalam berwirausaha.
2. Bagi mahasiswa, mahasiswa harus lebih banyak belajar lagi dengan membaca buku sertamengikuti seminar-seminar kewirausahaan baik di kampus maupun diluar kampus karena akan menambah pengetahuan mengenai kewirausahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik Minat Berwirausaha sebaiknya mencari variabel selain Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan dan Rasa Percaya Diri, karena hasil penelitian ketiga variabel tersebut menunjukkan bahwa terdapat sumbangan pengaruh terhadap minat berwirausaha sebesar 61,6%.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–159. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3845>
- Arfah, A., Mapparenta, M., The Influence of Entrepreneurship Education and Family Environment on Students' Interest in Entrepreneurship. *AL-ISHLAH: Jurnal*

- journal.stai hubbul wathan.id; 2023;. Available from: <<http://journal.staihubbulwathan.id/index.php/alishlah/article/view/2854>>
- Ellison, N. (2019). Social network sites: Definition, history, and scholarship.(1), 210-230.
- Herdianty, F, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/757/717>
- Fatimah, I. (2020). Pengaruh Literasi 243 Kewirausahaan dan Peran Orang Tua Terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Febriani, N., Lestari, T., & Rosyafah, S. (2021). Pengaruh Persepsi, Motivasi, Self Efficacy, Pengaruh Orang Tua terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Akuntansi sebagai Konsultan Pajak. *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.46821/ekobis.v2i1.209>
- Fischer, E., (2019). How does brand-related user-generated content differ across YouTube, Facebook, and Twitter?, 102-113.
- Ghozali, iman. 2018. Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25. Badan penerbit universitas diponegoro: semarang
- Gustina, M., & Sumiati, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. In Pengaruh Penggunaan Media
- Hadyastiti, Gusti, A, M,N., Suryandari dan Putra. (2020). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Kharisma Vol 2(2)*, 174–87. <http://ejournal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/980/847>.
- Hakim, 2019, Mengatasi rasa tidak percaya diri, Jakarta: Puspaswara, hal .35
- Haryantini, Y. (2021). Pengaruh Minat Pendidikan Berwirausaha Menggunakan Sosial Media Terhadap Pembisnis Di kalangan Mahasiswa Universitas
- Hidayati, N. A., & Rosmita, D. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Riau). 8(1).
- Indriantoro dan Supomo, B. (2020). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPF.
- Intan, D. Analysis Of Entrepreneurship Education And The Use Of Social Media On Interest In Entrepreneurship, Students Of The Faculty Of Economics Uki Toraja. *Journal of Politics, Social Sciences*, and. bersinarpublikasi.org;2023; Available from: <http://bersinarpublikasi.org/index.php/jopsac/article/view/20>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2017). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. (1), 59-68.
- Khatib, F. (2017). The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region. *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), 41–50.
- Kurniawan, Y. R. (2018). Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol.1(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/4366/6755>
- Kusumadewi, A.N. (2020). Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2).
- Matondang, A. (2018). Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar. *Jurnal Ekonomi* 2(2). <http://www.siaksoft.net>
- Novitasari, A. T. (2019). Lingkungan Keluarga Sebagai Faktor Ekstrinsik Minat Berwirausaha. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen*

- Dan Keuangan, 3(2), 71–86. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n2.p71-86>
- Pamungkas, AD, Fahrudin, A, Kusuma, AM, Pengaruh Kepercayaan diri, Peran orang tua, Keterampilan terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Wahana* jurnal.peneliti.net; 2022;. Available from: <<http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/1710>>
- Prastyaningtyas, E. W., Sutrisno, Soeprajitno, E. D., & Ausat, A. M. A. (2023). Analysing the Role of Mentors in Entrepreneurship Education: Effective Support and Assistance. *Journal on Education*, 05(04), 14571–14577.
- Putra, AP, Sakti, NC. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Adversity Intelligence, dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. ejournal.undiksha.ac.id; 2023;. Available from: <<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/64258>>
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy* (E. Swayze (Ed.); 2nd ed.). Rowman & Littlefield.
- Qustolani, A., & Hernita, N. (2023). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9–22. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Rachmawati, H, Subroto, WT. Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*. jurnal.ugj.ac.id; 2022;. Available from: <<http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Edunomic/article/view/6236>>
- 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>
- Rahayu, P, & Nugroho Sulistyowati, S. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha.
- Rheingold, H. (2017). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. (11), 2017.
- Setiawan, A., Rofingatun, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. In *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*(Vol. 15, Issue 2).
- Sugiyono, (2017). *Metode penelitian kuantitatif, dan r&d*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung : alfabeta.
- Sugiyono, (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: alfabeta.