

PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN BERWIRAUSAHA  
TERHADAP MINAT KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus  
Merauke Angkatan 2019-2020)**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**INTAN NUR AFRIYANTI**

**NPM. 201961201014**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUSAMUS  
MERAUKE**

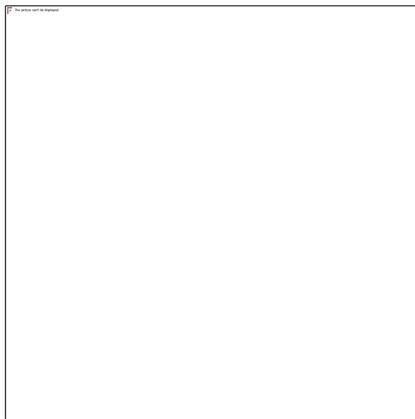
**2023**

PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN BERWIRAUSAHA  
TERHADAP MINAT KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus  
Merauke Angkatan 2019-2020)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S1)



**OLEH:**

**INTAN NUR AFRIYANTI**

**NPM. 201961201014**

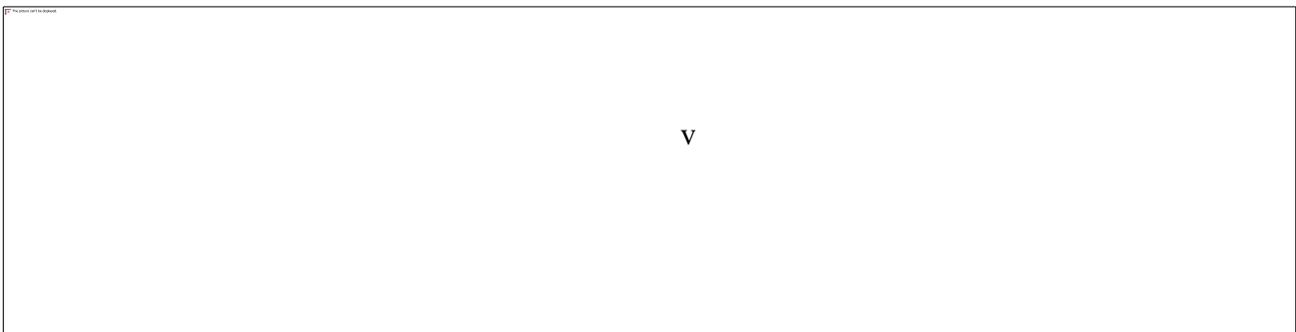
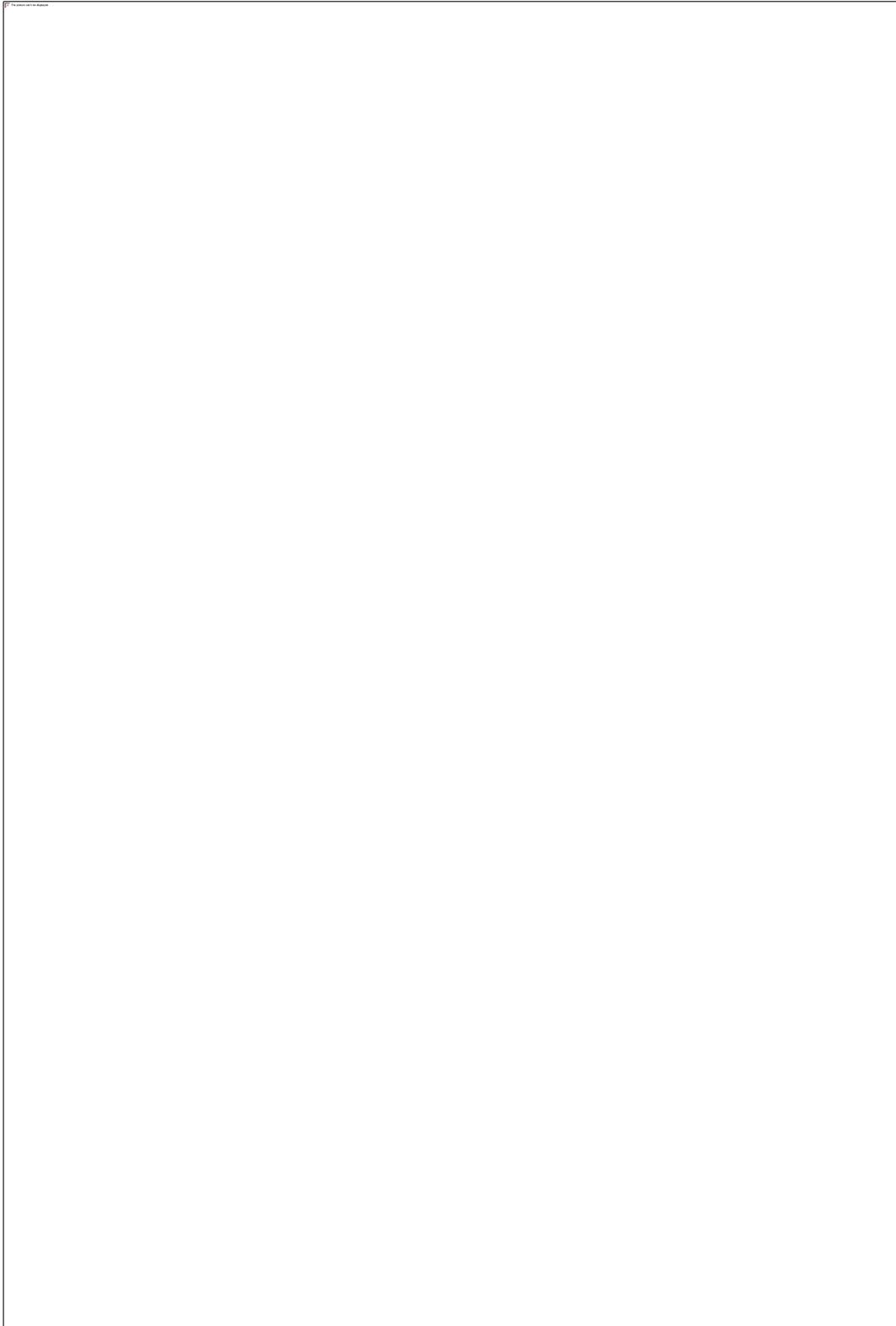
**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUSAMUS**

**MERAUKE**

**2023**





## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Intan Nur Afriyanti, lahir di Sukoharjo pada tanggal 05 Mei 2001 dan merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara. Penulis adalah putri dari pasangan suami istri Bapak Sumarno dan Ibu Sulastri. Penulis beralamat tempat tinggal di Jalan Onggatmit RT.01/RW.01 Kelurahan Muli, Merauke – Papua Selatan. Penulis memulai pendidikan di TK Baitul Arqam Merauke dan lulus pada tahun 2007, melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SD Al- Ma'arif Merauke dan lulus pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Muhammadiyah Merauke dan lulus pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Merauke dan lulus pada tahun 2019, dan ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan dan diterima di Universitas Musamus Merauke melalui jalur undangan nilai raport Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). pada tahun 2019 penulis diterima di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis sampai dengan penulisan skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa program studi S1 Universitas Musamus Merauke.

## ABSTRAK

**INTAN NUR AFRIYANTI (2023).** “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha terhadap Minat Keputusan Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020) (Dibimbing oleh **Muhammad Awal**, dan **Simon Siamsa**, ).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha terhadap Minat Keputusan Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020). Populasi berjumlah 370 dan sampel yang digunakan berjumlah 74 responden. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder sedangkan teknik pengumpulan data meliputi survei, wawancara dan kuesioner. Teknik penentuan sampel menggunakan *Sampling Insidental*. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert dan menggunakan program SPSS versi 25 dengan metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis didapatkan seluruh data yang diperoleh tentang Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020) menunjukkan bahwa Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020, dilihat dari nilai thitung  $3,332 > t$  tabel 1,993. Pengetahuan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020, dilihat dari nilai thitung  $5,323 > t$  tabel 1,993. Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020, dilihat dari nilai Fhitung  $38,317 > F$  tabel 3,13.

**Kata Kunci:** Pemanfaatan Media Sosial, Pengetahuan Berwirausaha dan Minat Berwirausaha

## ABSTRACT

**INTAN NUR AFRIYANTI (2023).** *"The Influence of Using Social Media and Entrepreneurial Knowledge on Interest in Entrepreneurial Decisions (Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Musamus Merauke University, Class of 2019-2020) (Supervised by Muhammad Awal and Simon Siamsa).*

*This study aims to determine the effect of Social Media Use and Entrepreneurial Knowledge on Interest in Entrepreneurial Decisions (Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Musamus Merauke University, Class of 2019-2020). The population is 370, and the sample used is 74 respondents. The method in this research is quantitative research. Sources of data used are primary and secondary data, while data collection techniques include surveys, interviews, and questionnaires. The technique of determining the sample using Incidental Sampling. The measurements in this study used a Likert scale measurement and used the SPSS version 25 program with the analytical method used multiple linear regression analysis methods.*

*Based on the results of the analysis and hypothesis testing, it was obtained that all data obtained regarding the Effect of Social Media Utilization and Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Interests (Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Musamus Merauke University Class of 2019-2020) shows that the use of Social Media has a positive and significant effect on Entrepreneurial Decisions Students of the Faculty of Economics and Business, Musamus Merauke University Class of 2019-2020, seen from the tcount value of  $3.332 > t$  table of 1.993. Knowledge of Entrepreneurship has a positive and significant effect on the Interest in Entrepreneurship of Students of the Faculty of Economics and Business, Musamus Merauke University Class of 2019-2020, seen from the tcount value of  $5.323 > t$  table of 1.993. Utilization of Social Media and Entrepreneurial Knowledge has a positive and significant effect on the Interest in Entrepreneurship of Students of the Faculty of Economics and Business, Musamus Merauke University Class of 2019-2020, seen from the Fcount value of  $38,317 > F$  table 3.13.*

**Keywords:** *Utilization of Social Media, Knowledge of Entrepreneurship, Interest in Entrepreneurship.*



## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta segala hidayah dan karunia-Nya. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita harapkan syafaatnya nanti di yaumul kiamah. Tidak lepas dari pertolongan dan hidayah-Nya peneliti dapat menyusun laporan ini untuk memenuhi tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha Terhadap Minat Keputusan Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020)”**. Selama penyusunan skripsi ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dukungan, semangat dan motivasi dari berbagai pihak demi kelancaran penyusunan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Beatus Tambaib, M.A selaku Rektor Universitas Musamus Merauke yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di lembaga ini.
2. Bapak Okto Irianto, SE., M.Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

3. Bapak Samuel Batlajery, SE., M.Si selaku Wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke yang telah mendukung berjalannya skripsi ini.
4. Bapak Simon Siamsa, SE., M.M selaku ketua Jurusan Manajemen dan dosen Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, arahan serta dorongan kepada penulis sehingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak Yumiad Fernando Richard, SE., M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen yang telah memberikan motivasi dan arahan kepada penulis.
6. Bapak Muhammad Awal, SE., M.M selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengetahuan dan bimbingan serta waktunya kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
7. Ibu Sopia Betaubun, SE., M.M selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan semangat kepada penulis.
8. Terima kasih kepada para Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama proses perkuliahan di Jurusan Manajemen Universitas Musamus Merauke.
9. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Sumarno dan Ibu Sulastri yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat serta kasih sayang yang telah di berikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

10. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada kakakku tersayang Dewi Ratnasari dan adikku tersayang Agus Budi Utomo yang telah memberikan candaan dan tawa di setiap hari-hari saya.
11. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada teman-teman Angkatan 2019 Universitas Musamus yang telah membantu penulis.
12. Jodoh penulis kelak kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini, meskipun saat ini penulis tidak tau keberadaanmu entah di bumi bagianmana dan menggenggam tangan siapa. Seperti kata Bj Habibie “Kalau memang dia dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balik pun saya yang dapat”.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi menyempurnakan tulisan ini.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Merauke, 24 Juli 2023

Penulis

Intan Nur Afriyanti  
NPM. 201961201014

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR KELULUSAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A.    Latar Belakang	1
B.    Rumusan Masalah	7
C.    Tujuan Penelitian	7
D.    Manfaat Penelitian	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A.    Landasan Teori	8
B.    Penelitian Terdahulu	19
C.    Kerangka Pikir	23

D.	Hipotesis	24	
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>			<b>26</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	26	
B.	Pendekatan Penelitian	26	
C.	Sumber Data	26	
D.	Teknik Pengumpulan Data	26	
E.	Populasi Dan Sampel	27	
F.	Definisi Operasional	28	
G.	Skala Pengukuran	31	
H.	Teknik Analisis Data	31	
I.	Pengujian Hipotesis	34	
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>			<b>37</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	37	
B.	Karakteristik Responden	37	
C.	Hasil Analisis Data	39	
D.	Pembahasan	53	
<b>BAB V PENUTUP.....</b>			<b>59</b>
A.	Kesimpulan	59	
B.	Saran	59	
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>			<b>62</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>			<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Yang Berwirausaha, Bekerja & Mahasiswa Murni.....	6
Tabel 3.1 Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2019-2020 .....	28
Tabel 3.2 Skala Likert.....	31
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Tabel Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pemanfaatan Media Sosial .....	39
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Minat Keputusan Berwirausaha.....	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	43
Tabel 4.6 Reliabilitas Pemanfaatan Media Sosial Dan Minat Berwirausaha.....	44
Tabel 4.7 <i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i> .....	45
Tabel 4.8 Uji Multikoloniaritas.....	46
Tabel 4.9 Analisis Regresi Berganda.....	48
Tabel 4.10 Uji T.....	50
Tabel 4.11 Uji F.....	51
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi .....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	24
Gambar 4.1 Uji Normalitas P-P Plot.....	45
Gambar 4.2 Heteroskedastisitas .....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Mengenai Data Pribadi.....	64
Lampiran 2. Variabel Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ).....	69
Lampiran 3. Variabel Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ).....	71
Lampiran 4. Variabel Minat Berwirausaha (Y) .....	73
Lampiran 5. Validitas Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ) .....	76
Lampiran 6. Validitas Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ) .....	77
Lampiran 7. Validitas Minat Berwirausaha (Y).....	78
Lampiran 8. Reliabilitas Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ) .....	79
Lampiran 9. Reliabilitas Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ).....	79
Lampiran 10. Reliabilitas Minat Berwirausaha (Y).....	80
Lampiran 11. Regression $X_1$ , Dan $X_2$ Terhadap Y .....	80
Lampiran 12. Uji Asumsi Klasik .....	82
Lampiran 13. R Tabel .....	83
Lampiran 14. T Tabel.....	85
Lampiran 15. F Tabel.....	87
Lampiran 16. Kartu Bimbingan Proposal .....	88
Lampiran 17. Kartu Bimbingan Skripsi .....	90
Lampiran 18. Surat Penelitian.....	91



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang

Salah satu upaya untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas adalah dengan pendidikan. Pendidikan merupakan suatu komponen yang penting bagi setiap individu karena berpeluang untuk memperbaiki diri. Bahkan sebagian besar masyarakat berasumsi bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin besar kesempatan untuk menuju kesuksesan. Namun hal tersebut ternyata masih belum bisa menjamin kesuksesan seseorang. Banyaknya angka lulusan perguruan tinggi setiap tahun serta tidak diimbangi oleh kesempatan kerja membuat angka pengangguran menjadi terus meningkat.

Kota Merauke berada di Kawasan di ujung timur Negara Indonesia dan berbatasan langsung dengan Negara Papua Nugini. Kota Merauke merupakan daerah nomor dua dengan total wilayah terluas di Papua. Dengan adanya peningkatan angka kelahiran yang cukup banyak di kota Merauke maka ini lah yang menjadi salah satu faktor terjadinya pemadatan penduduk di kota Merauke. Hal ini dapat menimbulkan permasalahan dengan meningkatnya terjadinya pengangguran yang cukup banyak di Kota Merauke. Di mana ini suatu tantangan untuk mencari pekerjaan di kalangan lulusan perguruan tinggi dan jumlah peluang penawaran kesempatan kerja juga tidak sebanding dengan jumlah lulusan mahasiswa. Kemudian Dari hasil survei yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Merauke mengungkapkan jumlah angkatan kerja pada tahun 2019 yakni sebesar 73.091 jiwa pada laki-laki dan 40.530 jiwa pada perempuan. Tingkat pengangguran tahun 2019 menurut jenis kelamin sebesar 1.489 jiwa laki-

laki dan 11.473 jiwa perempuan. Tingkat partisipasi angkatan kerja tahun 2019 sebesar 68,05%. Tingkat pengangguran pada tahun 2019 sebesar 2,61%.

Pengangguran merupakan salah satu permasalahan ketenagakerjaan di setiap negara di dunia, demikian dengan negara Indonesia. Penyebab pengangguran yaitu tidak seimbangnya jumlah tenaga kerja dengan kesempatan kerja atau lapangan kerja yang tersedia sehingga dampaknya menimbulkan permasalahan seperti kemiskinan, kesenjangan sosial, dan kriminalitas yang tinggi. Perekonomian memegang peranan penting dalam pembangunan negara. Salah satu penopang atau penggerak perekonomian yaitu kegiatan berbisnis atau berwirausaha. Semakin tinggi jumlah wirausahawan maka semakin tinggi pula kesempatan perekonomian untuk bisa tumbuh dan berkembang.

Media sosial merupakan media berbasis teknologi internet atau media online (Ratnamulyani & Maksudi, 2018). Hal ini memungkinkan individu untuk berinteraksi secara sosial, berkolaborasi, dan berbagi dengan orang lain. Penggunaan media sosial ini biasanya dimanfaatkan oleh pengguna seperti hiburan, berkomunikasi, belajar, maupun berbisnis. Dengan berkembangnya teknologi dan internet banyak wirausahawan yang merintis bisnis melalui media sosial seperti instagram, whatsapp, tiktok, shopee, facebook, dan lain sebagainya. Pilihan untuk menjadikan media sosial sebagai wadah dalam berwirausaha sangatlah tepat. Dengan memanfaatkan media sosial, modal yang dikeluarkan akan menjadi lebih sedikit, sehingga pemilik usaha dapat meminimalisir resiko yang akan terjadi. Banyak cara yang dapat digunakan melalui media sosial untuk memulai sebuah usaha, misalnya memanfaatkan media sosial sebagai strategi

market dan promosi, serta menjadi bagian dari agen sebuah produk (*reseller*). Faktor lain yang sangat mempengaruhi minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Manao, 2021) menyatakan bahwa semakin tinggi pengetahuan seseorang mengenai kewirausahaan maka semakin tinggi minatnya dalam berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan adalah pemahaman tentang cara berwirausaha yang berasal dalam diri individu untuk menjalankan usaha dengan baik (Kurniati, 2021).

Suatu negara akan mengalami perkembangan yang cepat apabila memiliki wirausahawan yang kreatif dan inovatif, karena dengan adanya kegiatan berwirausaha maka dibutuhkan sumber daya manusia juga yang berkualitas sebagai penggerak kegiatan bisnis itu sendiri sehingga jumlah angka pengangguran dapat diperkecil dengan berwirausaha. Istilah kewirausahaan berasal dari kata *entrepreneur* dalam bahasa Inggris yang dikenal dengan *go between* atau *between take*. Wirausaha adalah salah satu penggerak perekonomian karena bidang kewirausahaan memiliki kebebasan untuk menciptakan produk dan mandiri. Apabila seseorang mempunyai minat atau sebuah keinginan untuk membuka usaha dapat dikatakan bahwa seseorang tersebut mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan tidak mengandalkan perusahaan ataupun orang lain untuk mendapatkan sebuah pekerjaan (Putra, 2018).

Minat untuk berwirausaha dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor Intrinsik merupakan faktor yang timbul dari dalam diri seseorang, seperti kebutuhan akan pendapatan dan sebagainya. Faktor ekstrinsik adalah faktor yang mempengaruhi seseorang karena rangsangan dari

luar, salah satu contoh faktor ekstrinsik yaitu pendidikan. Upaya lembaga pendidikan untuk mempersiapkan lulusannya utamanya dalam perguruan tinggi agar mampu bersaing di dunia kerja yaitu memberikan bekal ilmu kewirausahaan yang didapatkan pada masa menempuh pendidikan dengan diberikannya pembelajaran kewirausahaan di dalam kelas ataupun di luar kelas.

Pembelajaran kewirausahaan merupakan ilmu, seni ataupun perilaku, sifat dari seseorang yang memiliki kemampuan untuk mewujudkan gagasannya ke dalam dunia nyata. Pembelajaran kewirausahaan tidak hanya didapatkan dari mata pelajaran atau mata kuliah saja namun bisa didapatkan dari lingkungan keluarga, teman, ataupun pelatihan khusus. Dengan pembelajaran kewirausahaan, mahasiswa diarahkan untuk bisa membuka wawasan bahwa berartinya kewirausahaan untuk dapat memberikan kehidupan yang sesuai keinginan atau yang baik pada dunia kerja. Adapun faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu penggunaan media sosial. Keunggulan media sosial yang memiliki kecepatan dalam jaringan kini tampak digunakan sebagai pengganti peran.

Maka berdasarkan kondisi tersebut Universitas Musamus Merauke sebagai perguruan tinggi negeri turut berkomitmen dalam mencetak mahasiswa-mahasiswinya agar menjadi generasi yang mandiri dan kreatif. Peran Perguruan Tinggi dalam hal ini sangat penting dalam membentuk sifat kepribadian dan kewirausahaan bagi mahasiswa (Adiandari, 2019). Hal ini dapat dilihat dari Mata Kuliah Umum (MKU) yang ada di Universitas Musamus dimana menjadikan Mata Kuliah Kewirausahaan sebagai Mata Kuliah yang wajib diambil dan

dipelajari oleh setiap mahasiswa. Hal ini dikarenakan agar mahasiswa-mahasiswi dapat menguasai pengetahuan kewirausahaan dan mengembangkan pengetahuannya untuk menjadi wirausaha.

Setiap mahasiswa yang telah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi pastinya memiliki harapan yang besar untuk bisa menerapkan ilmu yang telah di miliki semasa di bangku perkuliahan dalam dunia pekerjaan, tetapi pada kenyataannya sekarang lulusan perguruan tinggi lebih menginginkan pekerjaan yang mapan, dimana pekerjaan ini adalah idaman setiap orang khususnya bagi mahasiswa yang baru selesai menyelesaikan studi di perguruan tinggi, apalagi kalau pekerjaan yang diperoleh sesuai dengan kompetensi dan keahlian yang telah dikuasai.

Dimana kondisi ini sangat mengkhawatirkan mengingat persaingan untuk mendapatkan pekerjaan akan semakin ketat dengan masuknya era revolusi Industri 4.0. Selain persaingan dengan mesin berbasis teknologi canggih, sekitar ratusan ribu sarjana juga harus beradu kompetensi dan keahlian dengan pekerja asing yang datang dari terbukanya pasar bebas. Perguruan tinggi sebagai lembaga pencetak sumber daya manusia diharapkan dapat memberi kontribusi besar terhadap upaya peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu fakultas yang ada di Univeristas Musamus. Fakultas Ekonomi dan Bisnis terdiri dari 3 jurusan yaitu Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi dan Jurusan Ekonomi Pembangunan. Mahasiswa dari tiga jurusan tersebut telah mendapatkan dan mempelajari pengetahuan kewirausahaan akan tetapi minat mahasiswanya masih kurang untuk

menjadi seorang wirausaha. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian yaitu Mahasiswa S1 pada angkatan 2019-2020 karena rata-rata dimana mahasiswa pada angkatan ini telah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan, sehingga dianggap mampu memiliki wawasan mengenai kewirausahaan yang cukup dalam menjawab dan mengisi pernyataan pada kuesioner ini.

Tabel 1.1 Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Yang Berwirausaha, Bekerja & Mahasiswa Murni

Jurusan	Berwirausaha		Persentase	Bekerja		Persentase	Mahasiswa Murni		Persentase	Jumlah
	2019	2020		2019	2020		2019	2020		
Manajemen	5	1	3%	25	12	20%	90	57	77%	190
Akuntansi	3	5	7%	17	9	23%	45	36	70%	115
Ekbang	0	2	3%	5	7	18%	30	21	78%	65
Jumlah	8	8	100%	47	28	100%	165	114	100%	370

Sumber: Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2019 & 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa dari hasil survey yang telah dilakukan menunjukkan jumlah mahasiswa yang memilih untuk berwirausaha masih sangat sedikit. Dimulai dari jurusan manajemen terdapat 6 mahasiswa yang sudah terjun dalam dunia wirausaha, kemudian jurusan akuntansi terdapat 8 mahasiswa yang sudah terjun dalam dunia wirausaha dan dari jurusan ekonomi pembangunan terdapat 2 mahasiswa yang sudah terjun dalam dunia wirausaha. Total Mahasiswa dari keseluruhan Angkatan 2019 dan 2020 yang berwirausaha sebanyak 16 mahasiswa dan mahasiswa yang bekerja baik itu BUMN atau BUMS adalah sebanyak 75 mahasiswa dan yang menganggur adalah sebanyak 279 mahasiswa.

Dapat dilihat dari beberapa fenomena yang telah dikemukakan pada latar belakang di atas minat mahasiswa untuk berwirausaha masih sangat kurang. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha Terhadap Minat Keputusan Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke)”.

## 2. Rumusan Masalah

1. Apakah pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke?
2. Apakah pengetahuan berwirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke?
3. Apakah pemanfaatan media sosial dan pengetahuan berwirausaha bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke?

## 4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke.

2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan berwirausaha terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke.
3. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial dan pengetahuan berwirausaha terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke

#### 1. Manfaat Penelitian

##### 1. Bagi Universitas

Di harapkan agar penelitian ini dapat memberikan wawasan dan acuan kepada peneliti selanjutnya sebagai bahan bacaan bagi peneliti selanjutnya yang meneliti dengan permasalahan yang sama.

##### 2. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan, pengalaman serta menjadikan penelitian ini sebagai bahan pelatihan mahasiswa guna meningkatkan potensi agar ilmu yang didapatkan bisa diimplementasikan.

##### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat memberikan informasi tentang perkembangan ilmu di bidang ekonomi khususnya yang berkaitan dengan ilmu pemasaran dan ruang lingkupnya, serta dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1. Landasan Teori

##### **1. Media Sosial**

## 1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan istilah gambaran dari berbagai macam teknologi yang digunakan dalam rangka mengikat orang-orang ke dalam suatu lingkup, agar bisa saling bertukar informasi dan saling berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web (Cross, 2018). Media sosial merupakan gabungan antara aspek sosiologi dan aspek teknologi yang mengubah monolog (*one to many*) menjadi sebuah dialog (*many to many*) serta merupakan inovasi dari sebuah informasi yang mengubah cara berfikir seseorang yang biasanya hanya membaca konten menjadi seseorang yang mampu menerbitkan sebuah konten (Kartajaya, 2008).

Media sosial merupakan fase perubahan cara berfikir seseorang tentang bagaimana orang tersebut dapat menemukan sebuah informasi dan konten, membacanya, kemudian cara membagikan informasi serta konten tersebut kepada orang lain (Kartajaya, 2008).

## 2. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial terdiri dari beragam jenis yang membuat para pengguna dapat dengan bebas memilih jenis media sosial sesuai dengan yang dibutuhkan.

Media sosial diklasifikasikan menjadi 5 jenis yaitu:

### 1. Kolaborasi Proyek

Ada dua sub kategori jenis media sosial, yaitu wikipedia dan aplikasi bookmark sosial. Wikipedia merupakan situs yang memungkinkan pengguna untuk dapat menambah, menghapus dan mengubah sebuah konten berbasis teks.

## 2. Blog

Blog merupakan situs web yang digunakan untuk menyampaikan ekspresi, pendapat ataupun pengalaman hidup dari penulis. Pengguna lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog, seperti curhat ataupun kritik terhadap kebijakan pemerintah. Sebuah blog dapat mencakup teks, gambar, dan video.

## 3. Konten Masyarakat

Konten dapat berupa situs untuk berbagi foto seperti Flickr dan Imgur, atau berupa situs untuk berbagi video seperti Youtube, dan slide Power Point disitus seperti Slideshare. Tujuan utama dari konten masyarakat adalah sebagai wadah untuk berbagi konten-konten media ke sesama pengguna.

## 4. Situs Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna agar dapat terhubung dengan menggunakan profil pribadi. Profil pribadi tersebut dapat mencakup semua jenis informasi termasuk foto, video, file audio, dan blog. Situs jejaring sosial umumnya mencakup fitur seperti instant messaging dan e-mail. Situs jejaring sosial dapat membantu seseorang untuk membuat jaringan. Beberapa contoh situs social networking yaitu Facebook, Twitter, My Space, Instagram, Whatsapp dan Google Plus.

## 5. Dunia Game Virtual

Dunia game virtual merupakan lingkungan tiga dimensi tentang cara pengguna dapat berinteraksi menggunakan avatar pribadi. Dunia game

virtual umumnya memiliki seperangkat aturan ketat yang harus diikuti dalam konteks peran Multiplayer Massively Online Bermain Game (MMORPG). Melalui game-game ini seseorang dapat memperoleh lebih banyak popularitas yang dapat digunakan untuk menarik pasar tertentu.

## 6. Karakteristik Media Sosial

Media sosial dapat dikategorikan sebagai kelompok media online jenis baru. Karakteristik media sosial terdiri dari lima bagian, diantaranya adalah sebagai berikut:

### 1. Partisipasi

Media sosial mampu mendorong adanya kontribusi serta umpan balik dari setiap individu yang merasa tertarik. Hal ini menghilangkan batas antara media dan penonton.

### 1. Keterbukaan

Kebanyakan dari layanan media sosial bersifat terbuka terhadap umpan balik dan partisipasi. Media sosial dapat mendorong adanya pembicaraan, komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali terjadi hambatan dalam mengakses dan memanfaatkan konten didalam media sosial.

### 2. Percakapan

Kita mengenal media tradisional biasanya bersifat "siaran satu arah" (konten ditransmisikan atau didistribusikan hanya kepada penonton) tetapi dengan adanya media sosial komunikasi menjadi lebih baik karena didalamnya menggunakan percakapan dua arah.

### 3. Komunitas

Media sosial memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi secara efektif melalui pembentukan komunitas online. Masyarakat dapat berbagi tentang banyak hal, seperti berbagi tentang film favorit, atau isu politik yang sedang hangat dan lain sebagainya.

#### 4. Keterhubungan

Sebagian besar jenis media sosial berkembang pada keterhubungan. Media sosial memanfaatkan link ke situs dan pada sumber terpercaya.

#### 5. Nilai Bisnis Yang Dihasilkan Media Sosial

Karakteristik dari media sosial dapat memperlihatkan beberapa keuntungan dari nilai bisnis yang dihasilkan oleh fasilitas yang tersedia di internet, diantaranya adalah :

##### 1. Penetrasi Pasar (Market Penetration)

Internet dapat dimanfaatkan untuk menjual lebih banyak produk pada pasar yang ada.

##### 2. Pengembangan Pasar (Market Development)

Internet dapat digunakan untuk menjual produk pada pasar yang baru, serta dapat mengambil sebuah keuntungan hasil biaya yang rendah dari iklan internasional.

##### 3. Pengembangan Produk (Product Development)

Produk atau jasa baru yang dikembangkan dapat dikirimkan kepada internet dan oleh internet.

##### 1. Diversifikasi

Produk baru yang dikembangkan dapat dijual pada pasar yang baru.

## 2. Indikator Media Sosial

Nilai pada media sosial dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator. Diantara indikator tentang tingkat penggunaan media sosial dibagi menjadi tiga (Kurniawan *et. al.* 2013) yaitu meliputi:

1. Sarana komunikasi, hasil penelitian membuktikan bahwa seseorang lebih mudah berkomunikasi melalui akun media sosial serta lebih mudah bersosialisasi dengan banyak teman di media sosial.
2. Akses, menjelaskan bahwa mengakses media sosial tidak memerlukan biaya yang banyak dan dapat memanfaatkan wifi secara gratis.
3. Pemanfaatan, menjelaskan bahwa banyak seseorang memanfaatkan media sosial untuk sarana entertainment serta mengetahui berita terkini.

## 4. Pengetahuan Berwirausaha

### 1. Pengertian Pengetahuan Berwirausaha

Pengetahuan kewirausahaan merupakan suatu kemampuan pada diri seseorang yang diperlukan untuk menghasilkan sebuah produk atau jasa yang baru (Suryana, 2000). Pengetahuan (*knowledge*) adalah kemampuan untuk mengingat, menghafal, memahami atau mengulangi informasi yang pernah diberikan (Djaali, 2019).

Kewirausahaan diartikan sebagai sebuah proses untuk menciptakan tambahan kekayaan oleh individu serta siap menanggung resiko dalam hal modal dan waktu, selain itu juga berfungsi untuk menambah nilai dari suatu barang atau jasa (Hisrich, 2001). Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan produk atau jasa yang baru melalui

cara berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga dapat menciptakan ide maupun peluang serta dapat memanfaatkan peluang tersebut dengan baik (Mustofa, 2014). Pengetahuan tersebut diantaranya meliputi :

1. Pengetahuan tentang peluang usaha yang ada dan lingkungannya.
2. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab.
3. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.
4. Keterampilan Dalam Berwirausaha

Pelaku wirausaha harus memiliki keterampilan untuk menunjang kelangsungan usahanya. Diantara keterampilan tersebut diantaranya :

1. Keterampilan konseptual dalam mengatur sebuah strategi bisnis dan memperhitungkan resikonya.
2. Keterampilan kreatif dalam menciptakan sebuah nilai tambah.
3. Keterampilan dalam memimpin dan mengelola.
4. Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi.
5. Keterampilan teknik usaha yang akan dilakukan.

#### 6. Proses-Proses Dalam Memulai Wirausaha

Kewirausahaan merupakan suatu proses penciptaan sebuah nilai dengan menggunakan sumber daya tertentu agar dapat mengeksploitasi peluang.

1. Proses Berwirausaha

Proses yang dapat mendorong seseorang untuk mulai berwirausaha adalah keinginan berprestasi, sifat penasaran, berani menanggung resiko, pendidikan, dan pengalaman.

## 2. Faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk berwirausaha

1. Faktor lingkungan: Seperti peluang, pengalaman dan kreativitas.
2. Proses pemicu: Diantaranya seperti tidak puas dengan pekerjaan yang dijalani sekarang, pemutusan hubungan kerja atau belum mendapatkan pekerjaan baru dan minat terhadap bisnis karena orang tua/saudara juga memiliki bisnis.

## 1. Proses Pelaksana

1. Proses awal : Siap mental, berkomitmen tinggi dan memiliki visi untuk mencapai tujuan.
2. Pada proses pertumbuhan : Pembentukan tim kerja yang kompak, adanya strategi usaha yang mantap, adanya produk usaha yang dapat dibanggakan, adanya struktur dan budaya yang mantap serta adanya kebijakan pemerintah yang mendukung.

## 3. Tipe-Tipe Wirausaha

Wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan seseorang yang berani mengambil resiko dalam suatu bisnis sehingga dapat mengelola dan mengorganisasikan bisnis tersebut, serta menerima imbalan atau balas jasa baik berupa profit finansial maupun non finansial. Agar dapat mewujudkan sebuah cita-cita

menjadi suatu kenyataan tentu memerlukan kerja keras dan manajemen terhadap sumber daya yang ada. Demikian pula dengan berbagai resiko yang sebelumnya sudah diperkirakan dan diperhitungkan, pada akhirnya tetap jadi tanggung jawab dari pelaku usaha itu sendiri. Wirausahawan dapat dikelompokkan menjadi empat tipe, yaitu sebagai berikut:

1. Kelompok wirausaha yang tidak memiliki bayangan dan cita-cita untuk menjadi besar. Bagi kelompok ini, sudah merasa cukup apabila hasil bisnisnya dapat memenuhi kebutuhan keluarganya.
2. Kelompok wirausaha yang gagal dalam bisnisnya. Kelompok ini bisnisnya berkembang sangat pesat, namun sampai pada tahap tertentu bisnisnya tidak terkendali.
3. Kelompok wirausaha yang sukses sesama pemilik modal atau bisnis masih hidup. Kelompok ini melalaikan siapa yang menggantikannya atau meneruskan bisnisnya.
4. Kelompok wirausaha yang menyadari bahwa usahanya tidak dapat berkembang lebih jauh lagi, kalau tidak mengembangkan sumber daya manusianya.

#### 5. Indikator Pengetahuan Berwirausaha

Pengetahuan kewirausahaan dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator, hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pelaku usaha memahami tentang dunia wirausaha. Diantara indikator pengetahuan kewirausahaan menurut (Mustofa, 2014), yaitu meliputi :

1. Mengambil resiko usaha, yaitu berani mengambil resiko dalam melakukan usaha.
2. Menganalisis peluang usaha, yaitu bisa menganalisis peluang usaha yang terjadi saat ini.
3. Merumuskan solusi masalah, yaitu bisa mengambil jalan keluar ketika menghadapi permasalahan ketika menjalankan usaha.

## **1. Minat Berwirausaha**

### **1. Pengertian Minat Berwirausaha**

Minat berwirausaha dapat didefinisikan sebagai sebuah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja lebih keras dalam memenuhi kebutuhan tanpa rasa takut terhadap kemungkinan resiko yang mungkin terjadi (Fu'adi *et. al*, 2009).

Minat berwirausaha merupakan suatu dorongan serta keinginan untuk melakukan usaha dalam menjalankan suatu bisnis (Mutmainah, 2019). Minat berwirausaha merupakan keinginan yang dimiliki setiap individu untuk bekerja keras dalam menjalankan sebuah usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya serta berani menghadapi resiko dan senantiasa mengambil pelajaran dari setiap kegagalan yang dialaminya (Yahya dan Kristina, 2015). Minat pada diri seseorang di pengaruhi oleh tiga aspek, yaitu:

1. Dorongan dari dalam untuk memenuhi kebutuhan diri sebagai sumber penggerak untuk melakukan sesuatu.
2. Kebutuhan untuk berhubungan dengan lingkungan sosialnya yang akan menentukan posisi individu dalam lingkungannya.

3. Perasaan individu terhadap suatu pekerjaan yang dilakukannya.

#### 4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Munculnya minat wirausaha didalam diri seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang timbul baik dari dalam maupun dari luar diri pelaku wirausaha tersebut. Faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha adalah sebagai berikut :

##### 1. Faktor Internal

Faktor internal berarti faktor yang berasal dari dalam diri pelaku usaha, baik berupa sikap, sifat personal, kemauan dan kemampuan individu untuk berwirausaha.

##### 2. Faktor External

Faktor external berarti faktor yang berasal dari luar diri pelaku usaha, baik berupa unsur dari lingkungan sekitar, misal lingkungan keluarga, lingkungan dunia usaha, lingkungan fisik, lingkungan sosial ekonomi dan lain-lain.

#### 3. Indikator Minat Berwirausaha

Menurut (Purnomo, 2005) indikator Minat Berwirausaha ada 3 yaitu :

1. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri, yaitu mempunyai keyakinan diri bahwa mampu untuk berwirausaha.

2. Sikap jujur dan tanggung jawab, yaitu sikap jujur dan tanggung jawab dalam berwirausaha.

3. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif, yaitu pemikiran yang kreatif dan konstruktif untuk menemukan produk baru.

#### 4. Penelitian Terdahulu

1. **Saidillah (2019)** dengan judul ” Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015-2016 Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha, pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, pengaruh pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Variabel pemanfaatan media sosial dengan kategori tinggi ada 24 (22,9%) mahasiswa, sedang 79 (75,2%), rendah 2 (1,9%). Variabel pengetahuan kewirausahaan dengan kategori tinggi ada 11 (10,5%) mahasiswa, sedang 57 (54,3%), rendah 37 (35,2%). Variabel minat berwirausaha dengan kategori tinggi ada 18 (17,1%) mahasiswa, sedang 73 (69,5%), rendah 14 (13,33%). Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di tunjukan dengan ( $6,721 > 1,983$ ) artinya ada pengaruh yang signifikan antara pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa ditunjukan dengan ( $5,840 > 1,983$ ) artinya ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa yang

ditunjukkan dengan nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel =  $97,948 > 3,090$  dan nilai sig.  $0,00 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan Pemanfaatan media sosial (X1) dan pengetahuan kewirausahaan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha.

2. **Fauzi (2019)** dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha. Metode penelitian yang dipakai yaitu : Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa Konsentrasi Kewirausahaan Angkatan Tahun 2015 sebanyak 90 orang dan jumlah sampel sebanyak 74 orang mahasiswa yang aktif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuisisioner. Metode analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Media sosial secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. 2) Secara parsial pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. 3) Secara parsial motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
3. **Rani (2022)** dengan judul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh positif dan signifikan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $4,043 > 1,668$ ).

Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,373 > 1,668$ ). Terdapat pengaruh positif dan signifikan pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $22,13 > 3,14$ ) dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,4051 atau sebesar 40,51%. Ini berarti masih ada 59,49% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan hasil penelitian, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel lain seperti lingkungan sosial dan kreativitas kewirausahaan untuk meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

4. **Andriyani (2022)** dengan judul “Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Uin Maulana Malik Ibrahim Malang”. Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan karier berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Metode penelitian yang dipakai yaitu : Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, instrument yang digunakan berupa angket. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa

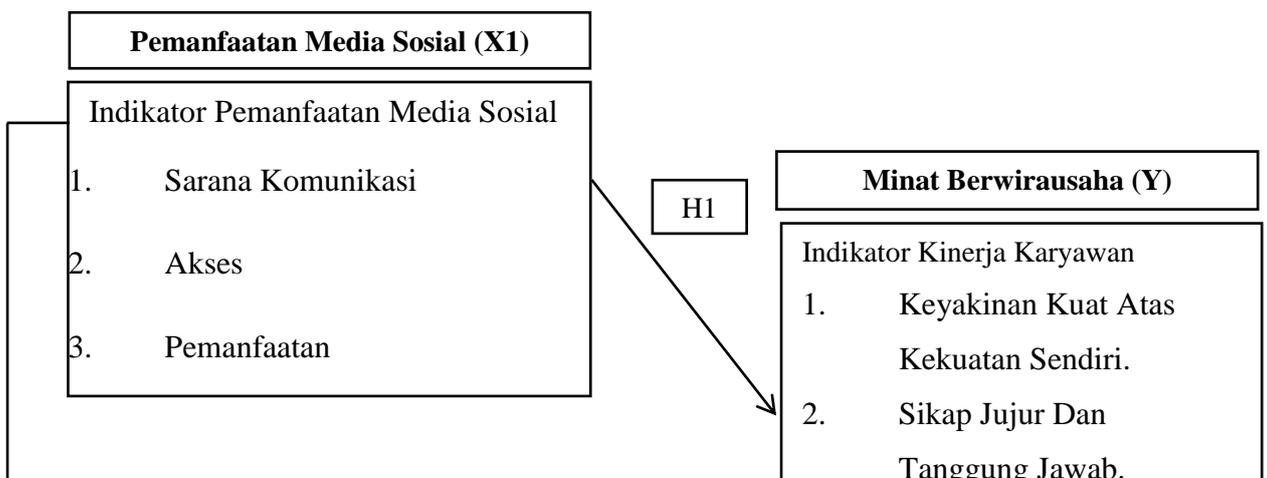
jurusan Pendidikan IPS (PIPS) angkatan 2018 yang jumlahnya 151 mahasiswa dengan mengambil sampel 110 dari populasi mahasiswa tersebut. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Ada pengaruh positif signifikan pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa jurusan PIPS UIN Malang dengan koefisien regresi sebesar 0,187. (2) Tidak ada pengaruh positif signifikan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa jurusan PIPS UIN Malang dengan koefisien regresi sebesar (-0,156). (3) Ada pengaruh positif signifikan antara penggunaan e-learning dan minat belajar terhadap hasil belajar mahasiswa jurusan PIPS UIN Malang dengan koefisien determinasi sebesar 0,163.

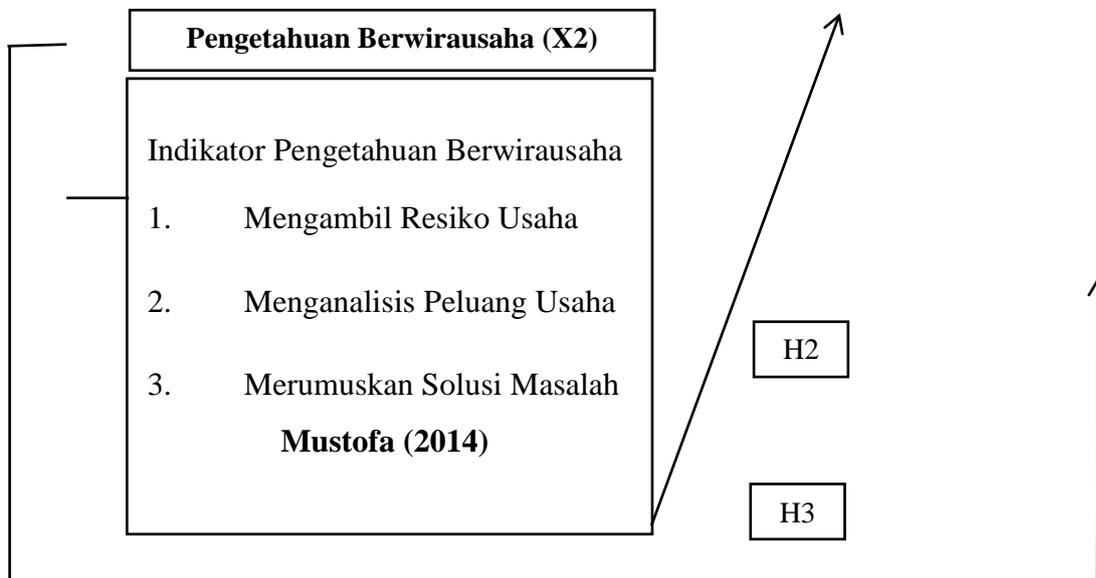
5. **Muhib** (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Siswa Menjadi Entrepreneur Kelas XII Jurusan Rpl Smkn 9 Malang”. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti berupa kuisioner, yang kemudian di uji validitas dan reabilitas-nya dan selanjutnya dilakukan analisis data uji regresi linier berganda Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan

signifikan antara pendidikan kewirausahaan dengan minat siswa menjadi entrepreneur. Karena dengan pendidikan kewirausahaan siswa mendapat pengetahuan dan keterampilan serta menarik minat siswa menjadi entrepreneur. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan minat siswa menjadi entrepreneur. Karena media sosial mempermudah siswa mencari informasi mengenai wirausaha dan mempengaruhi minat mereka menjadi entrepreneur. (3) terdapat pengaruh positif signifikan antara pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat siswa menjadi entrepreneur. Karena pendidikan kewirausahaan yang didukung penggunaan media sosial dapat mempengaruhi minat siswa menjadi entrepreneur.

1. Kerangka Pikir

Berdasarkan teori dan untuk memperjelas variabel X1 (Pemanfaatan Media Sosial) dan variabel X2 (Pengetahuan Berwirausaha), terhadap variable Y (Minat Berwirausaha) dapat dilihat dalam kerangka berfikir dibawah ini.





Gambar 2.1 Kerangka Pikir

## 2. Hipotesis

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan dan beberapa penjelasan dari tinjauan teori dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Ha1: Diduga ada pengaruh antara pemanfaatan media sosial ( $X_1$ ) terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke
2. Ho: Diduga tidak ada pengaruh antara pemanfaatan media sosial ( $X_1$ ) terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke.

3. Ha2: Diduga ada pengaruh antara pengetahuan berwirausaha ( $X_2$ ) terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke.
4. Ho: Diduga tidak ada pengaruh antara pengetahuan berwirausaha ( $X_2$ ) terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke.
5. Ha3: Diduga ada pengaruh antara pemanfaatan media sosial ( $X_1$ ) dan pengetahuan berwirausaha ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke.
6. Ho: Diduga tidak ada pengaruh antara pemanfaatan media sosial ( $X_1$ ) dan pengetahuan berwirausaha ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 Universitas Musamus Merauke.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Musamus Merauke Jl. Kamizaun Mopah Lama Merauke – Papua Selatan. Periode penelitian yang penulis lakukan dimulai dari bulan April – bulan Mei 2023.

#### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, karena datanya mengacu pada angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang harus menggunakan nilai numerik, dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi data, dan penampilan hasil (Arikunto, 2010).

#### 1. Sumber Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan ada dua kategori tipe data yakni data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Merupakan data yang didapatkan dan diperoleh langsung dari peneliti melalui wawancara dan sumber data dibagikan langsung pada pengumpul data.

#### 2. Data Sekunder

Yaitu data tambahan atau pendukung serta pelengkap diperoleh peneliti dari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh pemilik usaha.

#### 2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2018) teknik pengumpulan data adalah langkah utama dan yang paling penting dalam penelitian atau survei, karena digunakan untuk memperoleh data. Berikut adalah teknik yang digunakan penulis :

1. Survei atau Observasi, dipergunakan untuk mendapatkan data dan informasi langsung dari orang-orang yang terlibat dalam penelitian.
2. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan gagasan melalui tanya jawab untuk memahami suatu topik tertentu.
3. Kuesioner, adalah cara untuk mengumpulkan data dari jawaban responden berdasarkan daftar pertanyaan yang telah diedit sebelumnya.

#### 1. Populasi Dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi merupakan sebuah area generalisasi dan terdiri dari: Objek atau subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan penulis yang bersangkutan dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Kemudian populasi yang akan digunakan didalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus angkatan 2019 dan 2020 yang telah dan sedang mengikuti perkuliahan dengan mata kuliah kewirausahaan berjumlah 370 orang.

##### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teori (Arikunto, 2010) yang menyatakan bahwa jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau

lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15%, 20-25% dan 30-35% atau lebih. Dasar inilah untuk menentukan sampel pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.1 Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2019-2020**

No	Jurusan	Jumlah Mahasiwa	Presentase	Sampel
1.	Manajmen	190	20%	38
2.	Akuntansi	115	20%	23
3.	Ekbang	65	20%	13
<b>Total</b>		<b>370</b>		<b>74</b>

Sumber: Olahan Data Primer 2023

Teknik pengambilan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah  $370 \times 20\% = 74$  responden.

#### 1. Definisi Operasional

Variabel adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang bisa bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti. Variabel dapat diteliti sehingga menghasilkan data yang bersifat kategori (data diskrit atau nominal) atau data kontinum (ordinal, interval, ratio). (Sugiyono, 2018). Menurut (Sugiyono, 2018) macam-macam variabel penelitian dapat dibedakan menjadi:

Variabel Independen, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya *variabel dependen* (terikat). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Keputusan Berwirausaha (Y).

Variabel Dependen, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Media Sosial (X1) dan Pengetahuan (X2).

### **1. Pemanfaatan Media Sosial (X1)**

Media sosial merupakan istilah gambaran dari berbagai macam teknologi yang digunakan dalam rangka mengikat orang-orang ke dalam suatu lingkup, agar bisa saling bertukar informasi dan saling berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web (Cross, 2013).

#### 1. Sarana Komunikasi

Membuktikan bahwa seseorang lebih mudah berkomunikasi melalui akun media sosial serta lebih mudah bersosialisasi dengan banyak teman di media sosial.

#### 2. Akses

Menjelaskan bahwa mengakses media sosial tidak memerlukan biaya yang banyak dan dapat memanfaatkan wifi secara gratis.

#### 3. Pemanfaatan

Menjelaskan bahwa banyak seseorang memanfaatkan media sosial untuk sarana *entertainment* serta mengetahui berita terkini.

### **2. Pengetahuan Berwirausaha (X2)**

Pengetahuan kewirausahaan merupakan suatu kemampuan pada diri seseorang yang diperlukan untuk menghasilkan sebuah produk atau jasa yang baru (Suryana, 2000).

1. Mengambil resiko usaha

Yaitu seseorang berani mengambil resiko dalam melakukan usaha yang sedang di jalankan saat ini.

2. Menganalisis peluang usaha

Yaitu seseorang bisa menganalisis peluang usaha yang terjadi saat ini.

3. Merumuskan solusi masalah

Yaitu seseorang bisa mengambil jalan keluar ketika menghadapi permasalahan ketika menjalankan usaha.

- 4. Minat Berwirausaha (Y)**

Minat berwirausaha dapat didefinisikan sebagai sebuah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja lebih keras dalam memenuhi kebutuhan tanpa rasa takut.

1. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri

Yaitu seseorang yang mempunyai keyakinan diri bahwa mampu untuk berwirausaha.

2. Sikap jujur dan tanggung jawab

Yaitu seseorang mampu bersikap jujur dan tanggung jawab dalam berwirausaha.

3. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif

Yaitu seseorang mampu dalam berfikir yang kreatif dan konstruktif untuk menemukan prodak baru.

#### 1. Skala Pengukuran

Parameter yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono, 2018), Berikut ini penulis sajikan data skala likert dalam bentuk tabel.

Tabel 3.2 Skala Likert

<b>Kriteria Penilaian</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Sugiyono, 2018*

## 1. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Kualitas Data

### **1. Uji Validitas**

Dalam hal ini, uji validasi digunakan untuk mengukur valid tidaknya angket. Menurut (Ghozali, 2018), jika suatu pertanyaan angket dapat mengungkapkan sesuatu yang terukur, maka suatu pertanyaan angket adalah valid, dan angket tersebut valid.

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah pernyataan bahwa pengukuran pada objek yang sama memberikan data yang sama. Uji reliabilitas dijalankan pada semua pernyataan secara bersamaan. (Sugiyono, 2018).

### **3. Uji Asumsi Klasik**

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah suatu data survei tertentu normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan dalam deteksi normal menggunakan menggunakan *One Sample Kolgomorov Sminov Test*. Dasar pengembalian keputusan adalah jika  $2\text{-tailed} > 0,05$ , maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan sebaliknya (Ghozali, 2018). Selain itu untuk melihat tingkat kenormalan sebuah data dapat dilihat dari *P-P Plot Of Regression Standardized Residual* yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Akan tetapi jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak

mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2018).

## 2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi telah mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas. Adanya multikolinearitas menyebabkan variabel sampel menjadi lebih tinggi sehingga menghasilkan standar error yang besar yaitu Akibatnya, ketika koefisien diuji, t-hitung yang dihasilkan akan lebih kecil dari t-tabel. Hal ini membuktikan bahwa hubungan linier antara variabel bebas yang dipengaruhi oleh variabel terikat tidak berhubungan satu sama lain (Ghozali, 2018). Pengambilan keputusan yaitu:

1. Apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$  dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.
2. Apabila nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $> 10$  dapat disimpulkan bahwa data tersebut terjadi multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah model regresi memperkenalkan ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variansnya berbeda, kita akan berbicara tentang varians yang tidak seragam. Salah satu cara untuk melihat apakah model regresi linier sederhana memiliki varians yang

tidak seragam adalah dengan melihat scatter plot atau nilai prediksi dari variabel terkait, SRESID, dan kesalahan residual, ZPRED. Jika tidak ada heteroskedastisitas dalam model penelitian maka penelitian tersebut baik, (Ghozali, 2018).

#### **4. Analisis Regresi Berganda**

Digunakan oleh peneliti untuk memprediksi keadaan (naik dan turun) dari variabel terikat ketika dua atau lebih variabel bebas dimanipulasi sebagai prediktor (meningkatkan nilai). Oleh karena itu, analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel adalah 2 atau lebih (Sugiyono 2018). Oleh karena itu, penulis menggunakan teknik analisis sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Keputusan Berwirausaha

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Media Sosial

X<sub>2</sub> = Pengetahuan

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi media sosial

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi pengetahuan

e = Error term atau faktor-faktor lain

#### **1. Pengujian Hipotesis**

##### **1. Uji Signifikansi Parsial ( Uji t)**

Pengujian Uji T parsial digunakan untuk menunjukkan apakah ada pengaruh antara satu variabel bebas yang ada didalam model dengan variabel

terikat. Pengujian dilakukan dengan cara 2 arah dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan dilakukan uji tingkat signifikan pengaruh hubungan variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat, dimana tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5%. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Apabila nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Apabila nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
3. Apabila nilai Sig.  $<$  0,05 maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).
4. Apabila nilai Sig.  $>$  0,05 maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

## 2. Uji F

Hal ini untuk mengetahui pengaruh Media Sosial (X1) dan Pengetahuan (X2) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y). Uji F sering disebut sebagai uji simultan yang digunakan untuk menguji apakah variabel bebas yang digunakan dalam model dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat. Model hipotesis yang digunakan dalam uji-F ini adalah:

1. Jika tingkat signifikan  $F > 0,05$ , atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima.
2. Jika tingkat signifikan  $F < 0,05$ , atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.

### **3. Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan-kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2018).

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Profil Universitas Musamus Merauke

Universitas Musamus Merauke sebagai perguruan tinggi negeri turut berkomitmen dalam mencetak mahasiswa-mahasiswinya agar menjadi generasi yang mandiri dan kreatif. Peran Perguruan Tinggi dalam hal ini sangat penting dalam membentuk sifat kepribadian dan kewirausahaan bagi mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari Mata Kuliah Umum (MKU) yang ada di Universitas Musamus dimana menjadikan Mata Kuliah Kewirausahaan sebagai Mata Kuliah yang wajib diambil dan dipelajari oleh setiap mahasiswa. Hal ini dikarenakan agar mahasiswa-mahasiswi dapat menguasai pengetahuan kewirausahaan dan mengembangkan pengetahuannya untuk menjadi wirausaha.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu fakultas yang ada di Universitas Musamus. Fakultas Ekonomi dan Bisnis terdiri dari 3 jurusan yaitu Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi dan Jurusan Ekonomi Pembangunan. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian yaitu Mahasiswa S1 pada angkatan 2019-2020 karena rata-rata di mana mahasiswa pada angkatan ini telah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan, sehingga dianggap mampu memiliki wawasan mengenai kewirausahaan yang cukup dalam menjawab dan mengisi pernyataan dalam penelitian ini.

#### 2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus angkatan 2019 dan 2020 yang telah dan sedang mengikuti perkuliahan dengan mata kuliah kewirausahaan yang berjumlah 74 responden digunakan sebagai informasi dalam penelitian ini. Proses pengambilan data penelitian ini yaitu dengan cara memberikan kuesioner kepada para responden secara langsung dan meminta responden untuk mengisi dengan benar dan sesuai dengan petunjuk. Berikut ini penulis mendeskripsikan para responden penelitian yang terbagi menjadi 2 yaitu :

### 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan data hasil kuesioner yang telah diberikan, dapat dideskripsikan jenis kelamin responden yang penulis sajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Laki-Laki	27 Orang	36%
Perempuan	47 Orang	64%
<b>Total</b>	<b>74 Orang</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Olah Data Primer 2023*

Berdasarkan hasil tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berada di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Musamus yaitu laki-laki berjumlah 27 orang (36%). Sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 47 orang (64%). Dengan demikian, dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang berada di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Musamus yaitu perempuan yang berjumlah 47 orang (64%).

### 2. Usia

Berdasarkan data hasil kuesioner yang telah diberikan dapat dideskripsikan usia responden yang penulis sajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Tabel Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
19-20	13 Orang	17%
21-22	45 Orang	61%
>22	16 Orang	22%
<b>Total</b>	<b>74 Orang</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Olah Data Primer 2023*

Berdasarkan hasil tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa responden yang berada di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Musamus yang berusia 19-20 tahun berjumlah 13 orang (17%). Kemudian yang berusia 21-22 tahun berjumlah 45 orang (61%). Sedangkan yang berusia lebih dari 22 tahun berjumlah 16 (22%). Dengan demikian, dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang berada di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Musamus berusia 21-22 tahun berjumlah 45 orang (61%).

#### 1. Hasil Analisis Data

Berikut ini penulis akan menyajikan tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan yaitu:

Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pemanfaatan Media Sosial

<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Rata-</b>
-----------	-------------------	-----------	----------	----------	-----------	------------	--------------

		5	4	3	2	1	Rata
<b>1. Sarana Komunikasi</b>							
1.	Saya mendapatkan informasi tentang berwirausaha melalui media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> )	20	23	17	14	0	3.6
2.	Saya mempunyai teman wirausaha di komunitas media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).	29	16	20	9	0	3.8
3.	Saya mendapatkan tanggapan terhadap ide atau gagasan dari sesama pengguna media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).	27	25	12	10	0	3.9
4.	Saya memperoleh informasi trend terbaru baik dari dalam maupun luar negeri melalui media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).	14	24	23	13	0	3.5
<b>2. Akses</b>							
5.	Saya akan memperkenalkan usaha yang akan saya mulai ke komunitas media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).	18	31	22	2	1	3.8
6.	Ketika saya menggunakan media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ) tidak memerlukan banyak biaya.	19	42	11	2	0	4.0
7.	Saya mudah untuk melakukan promosi di media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).	15	28	22	9	0	3.6
<b>3. Waktu Promosi</b>							
8.	Media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ) menyediakan halaman untuk membuat grup komunitas wirausaha.	27	37	6	4	0	4.1
9.	Saya mudah <i>update</i> berita terkini di media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ) tentang berwirausaha.	30	36	4	4	0	4.2
10.	Saya mudah menentukan target pasar yang sesuai dengan rencana usaha di media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).	14	26	19	13	2	3.5

Sumber: Olah Data Primer 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa jawaban responden yang paling dominan terdapat pada indikator 2 pernyataan 3 yaitu Saya memiliki

target pasar yang luas, dengan memperoleh rata-rata nilai sebesar 4,2. Sedangkan jawaban responden yang kurang dominan terdapat pada indikator 1 pernyataan 2 yaitu Saya mengenali sumber resiko yang sekiranya akan dapat menghambat usaha saya, dengan memperoleh rata-rata nilai sebesar 3,6.

**Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan Berwirausaha**

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS	Rata-Rata
		5	4	3	2	1	
<b>1. Mengambil Resiko Usaha</b>							
1.	Saya memiliki keberanian mengambil resiko dalam menggeluti usaha.	26	26	20	2	0	4.0
2.	Saya mengenali sumber resiko yang sekiranya akan dapat menghambat usaha saya.	18	20	26	10	0	3.6
3.	Saya bisa mengendalikan resiko dari usaha yang saya jalankan.	21	27	18	8	0	3.8
<b>2. Menganalisis Peluang Usaha</b>							
4.	Saya memahami usaha yang akan saya jalankan.	18	45	8	2	1	4.0
5.	Saya bisa menganalisis peluang usaha.	23	40	8	3	0	4.1
6.	Saya memiliki target pasar yang luas.	32	28	13	1	0	4.2
7.	Saya bisa mengembangkan strategi pemasaran dan bisa memperluas target pemasaran.	22	30	15	6	1	3.8
<b>3. Merumuskan Solusi Masalah</b>							
8.	Saya bisa menghadapi permasalahan dalam usaha yang digeluti.	30	28	15	1	0	4.1
9.	Saya bisa mengidentifikasi dan menentukan penyebab masalah.	22	28	19	5	0	3.9
10.	Saya bisa menentukan dan menjalankan alternatif solusi yang dipilih.	25	27	17	5	0	3.9

Sumber: Olah Data Primer 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa jawaban responden yang paling dominan terdapat pada indikator 2 pernyataan 3 yaitu Saya memiliki target pasar yang luas, dengan memperoleh rata-rata nilai sebesar 4,2. Sedangkan jawaban responden yang kurang dominan terdapat pada indikator 1 pernyataan 2

yaitu Saya mengenali sumber resiko yang sekiranya akan dapat menghambat usaha saya, dengan memperoleh rata-rata nilai sebesar 3,6.

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Minat Keputusan Berwirausaha

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS	Rata-Rata
		5	4	3	2	1	
<b>1. Keyakinan Kuat Atas Kekuatan Sendiri</b>							
1.	Saya mempunyai keyakinan diri bahwa mampu untuk berwirausaha.	22	34	15	2	1	4.0
2.	Saya mempunyai rasa percaya diri yang tinggi	25	30	16	2	1	4.0
<b>2. Sikap Jujur dan Tanggung Jawab</b>							
3.	Saya mempunyai sikap jujur dan tanggung jawab dalam berwirausaha.	18	31	22	2	1	3.8
4.	Saya mempunyai komitmen untuk mengatakan segala sesuatu sesuai dengan keadaan yang terjadi	27	30	14	2	1	4.0
<b>3. Pemikiran Yang Kreatif dan Konstruktif</b>							
5.	Saya mempunyai pemikiran yang kreatif untuk menemukan produk baru.	23	37	12	2	0	4.0
6.	Saya mempunyai pemikiran yang konstruktif untuk menemukan produk baru.	28	29	15	2	0	4.1

Sumber: Olah Data Primer 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa jawaban responden yang paling dominan terdapat pada indikator 3 pernyataan 2 yaitu Saya mempunyai pemikiran yang konstruktif untuk menemukan produk baru, dengan memperoleh rata-rata nilai sebesar 4,1. Sedangkan jawaban responden yang kurang dominan terdapat pada indikator 2 pernyataan 1 yaitu Saya mempunyai sikap jujur dan tanggung jawab dalam berwirausaha, dengan memperoleh rata-rata nilai sebesar 3,8.

### 1. Uji Kualitas Data

## 1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan mengembangkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini jumlah sampel. Besar (df) adalah = 74-2 maka didapat angka 72, dan  $\alpha=0,05$  di dapat  $r_{tabel}$  0.2287.

Hasil Uji Validitas dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Variabel Dan Indikator		$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
<b>1. Pemanfaatan Media Sosial</b>				
Sarana Komunikasi	1.	0,602	0,228	Valid
	2.	0,665	0,228	Valid
	3.	0,748	0,228	Valid
	4.	0,690	0,228	Valid
Akses	5.	0,507	0,228	Valid
	6.	0,725	0,228	Valid
	7.	0,455	0,228	Valid
Pemanfaatan	8.	0,414	0,228	Valid
	9.	0,627	0,228	Valid
	10.	0,595	0,228	Valid
<b>2. Pengetahuan Berwirausaha</b>				
Mengambil Resiko Usaha	1.	0,703	0,228	Valid
	2.	0,631	0,228	Valid
	3.	0,554	0,228	Valid
Menganalisis Peluang Usaha	4.	0,528	0,228	Valid
	5.	0,683	0,228	Valid
	6.	0,785	0,228	Valid
	7.	0,448	0,228	Valid
Merumuskan Solusi Masalah	8.	0,431	0,228	Valid
	9.	0,629	0,228	Valid
	10.	0,704	0,228	Valid
<b>3. Minat Berwirausaha</b>				
Keyakinan Kuat Atas Kekuatan Sendiri	1.	0,924	0,228	Valid
	2.	0,917	0,228	Valid
Sikap Jujur Dan Tanggung Jawab	3.	0,928	0,228	Valid
	4.	0,837	0,228	Valid
Pemikiran Yang Kreatif Dan Konstruktif	5.	0,394	0,228	Valid
	6.	0,737	0,228	Valid

Sumber: Olah Data Primer 2023

Hasil uji validitas memperlihatkan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada setiap indikator sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan indikator dinyatakan layak untuk digunakan dan dikatakan valid.

#### 4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur yang digunakan berulang kali. Pengujian yang dipakai adalah dengan *Cronbach'Alpha*  $>0,70$ . Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan SPSS versi 25 *Cronbach'Alpha* untuk variabel Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ), variabel Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ) Dan Minat Berwirausaha (Y) yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.6 Reliabilitas Pemanfaatan Media Sosial Dan Minat Berwirausaha

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar <i>Alpha</i>	Keterangan
Pemanfaatan Media Sosial	0,737	0,70	Realibel
Pengetahuan Berwirausaha	0,792	0,70	Realibel
Minat Berwirausaha	0,890	0,70	Realibel

Sumber: Olahan SPSS v 25

Tabel 4.7 menyajikan 26 pernyataan indikator dalam variabel Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ), variabel Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ) Dan Minat Berwirausaha (Y) dimana semua pernyataan indikator realibel untuk data jumlah (n) 74 sampel, karena lebih besar dari pada 0,70 (*Cronbach'Alpha*  $> 0,70$ ) dinyatakan handal sebagai alat ukur dalam variabel penelitian ini. Ada dua alasan peneliti menggunakan nilai keandalan *Cronbach's Alpha* minimum 0,70. Pertama, *Cronbach's Alpha* yang andal (0,70), dapat memberikan dukungan untuk konsistensi internal. Rata-rata varians dan realibilitas komposit melebihi ambang

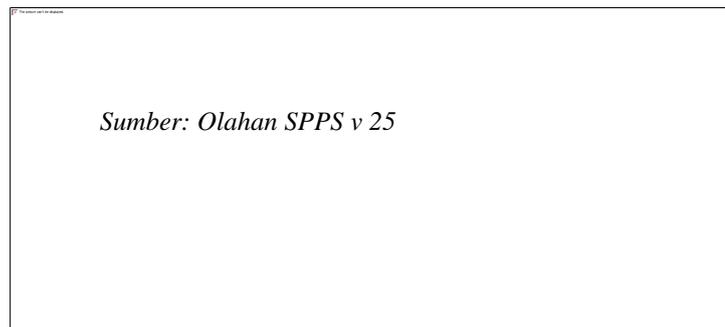
batas yang disarankan (Ghozali, 2018). Kedua, karena peneliti mengikuti penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Eisingerich dan Rubera, 2018).

## 5. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen maupun dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah regresi yang distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2018). Hasil uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.1 Uji Normalitas P-P Plot



*Sumber: Olahan SPSS v 25*

Berdasarkan gambar 4.1, menunjukkan hasil menggunakan grafik P-P Plot yang dimana bahwa posisi titik-titik yang ada mengikuti arah garis diagonal. Maka hasil uji normalitas menggunakan metode ini dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 4.7 *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000

	Std. Deviation	2.84511682
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.049
	Negative	-.044
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Olahan SPSS v 25

Berdasarkan tabel 4.8 di atas hasil pengujian normalitas data pada sampel sebanyak 74 responden menunjukkan bahwa untuk pengujian variabel pemanfaatan media sosial, pengetahuan berwirausaha dan minat berwirausaha berdistribusi normal. Dengan nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* adalah 0,200 dapat disimpulkan bahwa distribusi dalam penelitian ini berdistribusi normal karena memiliki nilai lebih besar dari 0.05.

## 2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam suatu model regresi linear berganda. Dasar pengambilan keputusan yaitu:

3. Apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.
4. Apabila nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* > 10 dapat disimpulkan bahwa data tersebut terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.8 Uji Multikoloniaritas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.887	3.467		1.698	.094		
	Pemanfaatan Media Sosial (X1)	.252	.076	.317	3.332	.001	.747	1.338
	Pengetahuan Berwirausaha (X2)	.511	.096	.507	5.323	.000	.747	1.338

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Olahan SPSS v 25

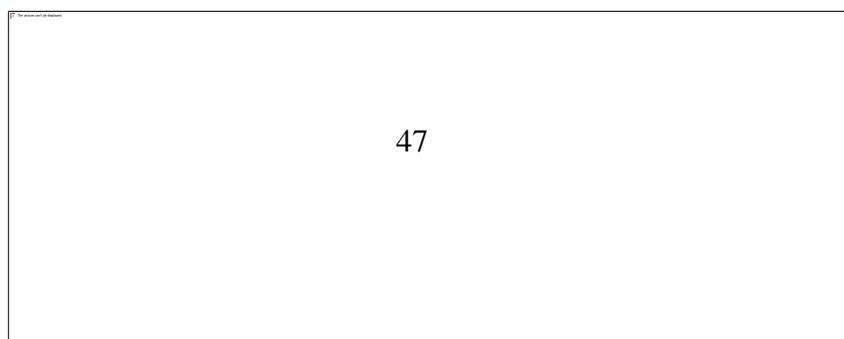
Kedua variabel independen yakni  $X_1$  dan  $X_2$  memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan yaitu kurang dari 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam variabel independent penelitian ini.

## 5. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Dasar pengambilan keputusannya adalah: jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin) menyebar dibawah 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Gambar 4.2 Heteroskedastisitas



Sumber : Olahan SPSS v 25

Gambar di atas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas/teratur, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. dengan demikian “tidak terjadi heterokedastisitas”.

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan regresi linear berganda antara variabel Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ), variabel Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ) Dan Minat Berwirausaha ( $Y$ ) dengan dibantu program SPSS versi 25 dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9 Analisis Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.887	3.467		1.698	.094
	Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ )	.252	.076	.317	3.332	.001
	Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ )	.511	.096	.507	5.323	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Olahan SPSS v 25

Dari tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel bebas dari masing-masing variabel yaitu variabel Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ) adalah 0,252 variabel Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ) 0,511 dan nilai parameter konstan (*constant parameter*) sebesar 5,887 dan  $e = 3,467$ .

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 5,887 + 0,252 (X_1) + 0,511 (X_2) + 3,467$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta atau nilai tetap sebesar 5,887 artinya jika tidak dipengaruhi oleh variabel Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ), variabel Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ) maka nilai konstanta tidak berubah atau nilainya tetap.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,252 artinya jika variabel Pemanfaatan Media Sosial meningkat 1% maka variabel Minat Berwirausaha ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,252 atau 25%.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,511 artinya jika variabel Pengetahuan Berwirausaha meningkat 1% maka variabel Minat Berwirausaha ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,511 atau 51%.

## 1. Pengujian Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Pengujian hubungan variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10 Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.887	3.467		1.698	.094
	Pemanfaatan Media Sosial (X1)	.252	.076	.317	3.332	.001
	Pengetahuan Berwirausaha (X2)	.511	.096	.507	5.323	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Olahan SPSS v 25

### 1. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Diperoleh hasil signifikan uji t pengaruh variabel Pemanfaatan Media Sosial (X<sub>1</sub>) terhadap Minat Berwirausaha (Y) = 3,332 dimana nilai signifikansinya tidak lebih dari 0,05 dalam hal ini dapat juga dilihat dari nilai  $t_{hitung} 3,332 > t_{tabel} 1,993$ . Hal tersebut berarti bahwa hipotesis 1 (H<sub>1</sub>) diterima dan Hipotesis Ho di tolak. Pemanfaatan Media Sosial (X<sub>1</sub>) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020.

### 2. Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha

Diperoleh hasil signifikan t variabel Pengetahuan Berwirausaha (X<sub>2</sub>) terhadap Minat Berwirausaha (Y) = 5,323, dimana nilai signifikansinya tidak lebih dari 0,05 dalam hal ini dapat juga dilihat dari nilai  $t_{hitung} 5,323 > t_{tabel}$

1,993. Hal tersebut berarti bahwa hipotesis 2 (H2) diterima dan Hipotesis Ho di tolak. Pengetahuan Berwirausaha (X<sub>2</sub>) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020.

### 3. Uji Simultan (Uji F)

Hipotesis dalam penelitian ini adalah Pemanfaatan Media Sosial (X<sub>1</sub>) dan Pengetahuan Berwirausaha (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y). Agar dapat dilakukan pengujian statistik, maka hipotesis substansial tersebut dikonversi ke dalam hipotesis statistik sebagai berikut:

1. Jika tingkat signifikan  $F > 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka H<sub>a</sub> diterima.
2. Jika tingkat signifikan  $F < 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka H<sub>a</sub> ditolak.

Tabel 4.11 Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	637.804	2	318.902	38.317	.000 <sup>b</sup>
	Residual	590.912	71	8.323		
	Total	1228.716	73			
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)						
b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Berwirausaha (X2), Pemanfaatan Media Sosial (X1)						

Sumber: Olahan SPSS v 25

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis statistik di atas, maka dilakukan uji F pada tingkat  $\alpha = 5\%$ . Nilai F hitung untuk  $n = 74$  adalah sebagai berikut:

$$F_{hitung} = 38,317$$

$$F_{tabel} = n - k - 1 = 74 - 2 - 1 = 71$$

$$F_{tabel} = 3,13$$

Dilihat dari hasil yang diperoleh untuk nilai  $F_{hitung} 38,317 > F_{tabel} 3,13$ . Ini berarti H3 diterima dan Hipotesis Ho ditolak pada hipotesis variabel independen Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ) dan Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Minat Berwirausaha ( $Y$ ).

### 3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 <sup>a</sup>	.519	.606	2.885
a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Berwirausaha (X2), Pemanfaatan Media Sosial (X1)				
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)				

Sumber: Olahan SPSS v 25

Dari hasil data di atas maka dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* yaitu 0,606 atau 60,6% dan sisanya 30,4 % oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 1. Pembahasan

Dari hasil pengujian terlihat bahwa semua variabel bebas (Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Minat Berwirausaha). Lebih rinci hasil analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha**

Dari hasil signifikan uji t pengaruh variabel Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ) terhadap Minat Berwirausaha ( $Y$ ) = 3,332 di mana nilai signifikansinya tidak lebih dari 0,5 dalam hal ini dapat juga dilihat dari nilai  $t_{hitung} 3,332 > t_{tabel} 1,993$ . Hal tersebut berarti bahwa hipotesis 1 ( $H_1$ ) diterima dan Hipotesis  $H_0$  di tolak. Artinya nilai t untuk variabel pemanfaatan media sosial ( $X_1$ ) bernilai positif yaitu sebesar 3,332. Nilai positif dan signifikan artinya jika variabel pemanfaatan media sosial meningkat 1% maka variabel minat berwirausaha ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 3,332 atau 3,33%. Begitupun sebaliknya, jika variabel Pemanfaatan media sosial ( $X_1$ ) menurun 1% maka variabel minat berwirausaha ( $Y$ ) akan menurun juga sebesar 3,332 atau 3,33%. Kemudian berdasarkan hasil jawaban responden dapat dilihat bahwa jawaban responden yang paling dominan terdapat pada pernyataan 2 yaitu Saya mudah *update* berita terkini di media sosial (*Instagram, facebook, whatsapp dll*) tentang berwirausaha, dengan memperoleh rata-rata nilai sebesar 4,2. Dari jawaban responden yang paling

dominan dapat diketahui bahwa Pemanfaatan Media Sosial sangat mempengaruhi Minat Berwirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial yang dimaksud dalam penelitian yaitu sarana komunikasi, akses dan pemanfaatan. Semua indikator ini saling berkaitan dan mempengaruhi Minat Berwirausaha. Jika setiap indikator bernilai tinggi maka semakin baik Minat Berwirausaha yang dihasilkan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020, artinya bahwa jika Pemanfaatan Media Sosial ditingkatkan dengan baik dan sesuai maka Minat Berwirausaha mahasiswa diharapkan akan ikut meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan peneliti terdahulu Rani (2022), Saidillah (2019), Fauzi (2019), Andriyani (2022), dan Muhiba (2020) di mana hasil menunjukkan bahwa Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Berdasarkan teori menurut (Cross, 2018) media sosial merupakan istilah gambaran dari berbagai macam teknologi yang digunakan dalam rangka mengikat orang-orang ke dalam suatu lingkup, agar bisa saling bertukar informasi dan saling berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web.

## **2. Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha**

Dari hasil signifikan t variabel Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ) terhadap Minat Berwirausaha ( $Y$ ) = 5,323, di mana nilai signifikansinya tidak lebih dari 0,05 dalam hal ini dapat juga dilihat dari nilai  $t_{hitung} 5,323 > t_{tabel} 1,993$ . Hal tersebut berarti bahwa hipotesis 2 ( $H_2$ ) diterima dan Hipotesis  $H_0$  di tolak. Artinya nilai t

untuk variabel pengetahuan berwirausaha (X2) bernilai positif yaitu sebesar 5,323 artinya jika variabel pengetahuan berwirausaha meningkat 1% maka variabel minat berwirausaha (Y) akan meningkat sebesar 5,323 atau 5,32%. Begitupun sebaliknya, jika variabel pengetahuan berwirausaha (X2) menurun sebesar 1% maka variabel minat berwirausaha (Y) akan menurun juga sebesar 5, 323 atau 5,32%.

Kemudian berdasarkan hasil jawaban responden dapat dilihat bahwa jawaban responden yang paling dominan terdapat pada pernyataan 3 yaitu Saya memiliki target pasar yang luas, dengan memperoleh rata-rata nilai sebesar 4,2. Dari jawaban responden yang paling dominan dapat diketahui bahwa Pengetahuan Berwirausaha sangat mempengaruhi Minat Berwirausaha dan Pengetahuan Berwirausaha yang dimaksud dalam penelitian yaitu mengambil resiko usaha, menganalisis peluang usaha dan merumuskan solusi masalah. Semua indikator ini saling berkaitan dan mempengaruhi Minat Berwirausaha. Jika setiap indikator bernilai tinggi maka semakin baik Minat Berwirausaha yang dihasilkan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Pengetahuan Berwirausaha berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020, artinya bahwa jika Pengetahuan Berwirausaha baik dan terus ditingkatkan maka Minat Berwirausaha diharapkan akan ikut meningkat.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Muhiba (2022), Saidillah (2019), Fauzi (2019), Rani (2022), dan Andriyani (2022) di mana hasil

menunjukkan bahwa Pengetahuan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Berdasarkan teori (Djaali, 2019) menyatakan bahwa Pengetahuan berwirausaha merupakan suatu kemampuan pada diri seseorang yang diperlukan untuk menghasilkan sebuah produk atau jasa yang baru. Pengetahuan (*knowledge*) adalah kemampuan untuk mengingat, menghafal, memahami atau mengulangi informasi yang pernah diberikan. Berdasarkan hal tersebut sehingga dapat dilihat bahwa Pengetahuan Berwirausaha yang baik sudah pasti akan mempengaruhi kualitas Minat Berwirausaha.

### **3. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha**

Dilihat dari hasil uji F diatas nilai F hitung  $38,317 > F$  tabel 3,13. Yang artinya nilai positif yang di dapatkan, sedangkan pata tabel signifikan yang di dapatkan yaitu  $0,000 < 0,05$  yang artinya nilai signifikan tidak lebih dari taraf pengambilan keputusan. Ini berarti H3 diterima dan Hipotesis Ho ditolak, Artinya nilai F Pemanfaatan Media Sosial (X1) dan Pengetahuan Berwirausaha (X2) secara bersama-sama bernilai positif sebesar 38,317 terhadap variabel dependen Minat Berwirausaha (Y). Nilai positif dan signifikan artinya jika variabel Media Sosial (X1) dan Pengetahuan Berwirausaha (X2)miningkat 1% maka variabel dependen Minat Berwirausaha (Y) akan meningkat sebesar 38,317 atau 38,31% . Begitupun sebaliknya jika variabel Media Sosial (X1) dan Pengetahuan Berwirausaha(X2) menurun 1% maka variabel minat berwirausaha (Y) akan menurun juga sebesar 38,31%.

Kemudian berdasarkan hasil jawaban responden dapat dilihat bahwa jawaban responden yang paling dominan terdapat pada pernyataan 2 yaitu Saya mempunyai pemikiran yang konstruktif untuk menemukan produk baru, dengan memperoleh rata-rata nilai sebesar 4,1. Dari jawaban responden yang paling dominan dapat diketahui bahwa tingkat Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020 sangat dipengaruhi oleh kedua variabel penelitian ini yaitu Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha karena kedua variabel ini bersama-sama saling berkaitan dan saling mempengaruhi tingkat kualitas dan kuantitas Minat Berwirausaha.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saidillah (2019), Fauzi (2019), Rani (2022), Andriyani (2022) dan Muhiba (2020) dimana hasil menunjukkan bahwa, Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Penelitian ini menerima hipotesis, yakni adanya pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020 dan pengaruh tersebut adalah signifikan pada taraf  $\alpha$  0,05. Pengaruh yang signifikan mengandung makna bahwa hasil penelitian ini dikatakan positif yang merupakan gambaran umum dari seluruh anggota populasi. Maka dengan ini dapat dikatakan bahwa Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020.

Dari data penelitian ini dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* yaitu 0,606 atau 60,6% dan sisanya oleh variabel-variabel yang belum di bahas pada penelitian ini saran dari penulis untuk meneliti seperti lingkungan sosial, kreativitas dan motivasi berwirausaha untuk meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa lain.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh (Mutmainah, 2019) bahwa minat berwirausaha merupakan suatu dorongan serta keinginan untuk melakukan usaha dalam menjalankan suatu bisnis Minat berwirausaha merupakan keinginan yang dimiliki setiap individu untuk bekerja keras dalam menjalankan sebuah usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya serta berani menghadapi resiko dan senantiasa mengambil pelajaran dari setiap kegagalan yang dialaminya.

## BAB V PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data atau pengelolaan data dan uji hipotesis didapatkan seluruh data yang diperoleh tentang Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial ( $X_1$ ), dan Pengetahuan Berwirausaha ( $X_2$ ) terhadap Minat Berwirausaha ( $Y$ ). Sehingga penulis menarik kesimpulan berdasarkan analisis tersebut yaitu:

1. Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020.
2. Pengetahuan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020.
3. Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020.

### 4. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang di usulkan sebagai berikut:

1. Variabel Pemanfaatan Media Sosial: Variabel Pemanfaatan Media Sosial: Berdasarkan jawaban responden hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dari variabel Pemanfaatan Media Sosial yang mempunyai pengaruh paling lemah (rendah) terhadap Minat Berwirausaha yaitu Saya mudah menentukan target pasar yang sesuai dengan rencana usaha di media

sosial (*Instagram, facebook, whatsapp dll*). Berdasarkan hal tersebut maka Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020 perlu melihat situasi dan kondisi pasar (peluang) dengan memperhatikan rencana dan konsep dalam usaha yang dilakukan dimedia sosial baik *Instagram, facebook, dan whatsapp*, agar usaha yang akan dibuat dapat menampilkan informasi usaha secara lengkap dan informasi lainnya secara jelas yang dikemas dengan tampilan yang menarik.

2. Variabel Pengetahuan Berwirausaha: Berdasarkan jawaban responden hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dari variabel Pengetahuan Berwirausaha yang mempunyai pengaruh paling lemah (rendah) terhadap Minat Berwirausaha yaitu Saya mengenali sumber resiko yang sekiranya akan dapat menghambat usaha saya. Dalam hal ini Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020 perlu meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam dunia usaha khususnya strategi dalam mengambil resiko berbisnis.
3. Variabel Minat Berwirausaha: Berdasarkan jawaban responden hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dari variabel Minat Berwirausaha yang mempunyai pengaruh paling lemah (rendah) yaitu Saya mempunyai sikap jujur dan tanggung jawab dalam berwirausaha. Dalam hal ini untuk menanggapi hal tersebut yang perlu dilakukan oleh berarti Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musamus Merauke Angkatan 2019-2020 perlu menanamkan sikap positif (jujur) serta bertanggungjawab akan usaha yang akan dilakukan dengan cara menjalankan bisnis dengan tetap memakai

aturan yang diperbolehkan. Hal tersebut juga dapat dilihat dalam kegiatan bisnisnya. Serta meningkatkan pemahaman tentang etika bisnis yang dapat dilihat dari kejujuran dalam menjual barang, produk yang diperjual belikan halal dan bertanggungjawab atas barang yang mereka perjual belikan.

4. Dari hasil yang didapatkan penulis memberikan masukan kepada peneliti selanjutnya untuk mengeksplor lebih banyak lagi variabel-variabel yang belum di bahas pada penelitian ini agar penelitian selanjutnya lebih baik lagi. Adapun saran dari penulis untuk meneliti seperti lingkungan sosial, kreativitas dan motivasi berwirausaha untuk meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiandari, A. M., Yuliani. 2019. Personality Traits, Entrepreneurial Self Efficacy and Financial Capability Effects on Entrepreneurial Intention. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 8(5).
- Andriyani. 2022. Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Uin Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Arikunto. 2010. *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cross, Michael. 2018. *Social Media Security, 1 st Edition: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk*. Syngress.
- Djaali. 2019. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Fauzi. 2019. Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha.
- Fu'adi, Isky Fadli, Budiarmo Eko, dan Murdani. 2009. Hubungan Minat Berwirausaha dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK Negeri 1 Adiwerna Kabupaten Tegal Tahun Ajaran 2008/2009. Semarang : Program Studi Pendidikan Teknik Mesin Universitas Negeri Semarang. Volume 9, Nomor 2, Desember 2009, 92-98.
- Ghozali, Imam. 2018. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Hisrich, R. 2001. *Entrepreneurship kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kertajaya, Hermawan. 2008. *Arti komunitas* :Gramedia Pustaka.
- Kurniati, E. D. 2015. *Kewirausahaan Industri*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kurniawan dan Hartati. 2018. *Buku Pedoman Pembimbingan, Penulisan dan Ujian Skripsi Mahasiswa Program Studi Manajemen*. Cikarang, Bekasi: STIE Pelita Bangsa.
- Manao, A. 2021. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha di Pasar Jepang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1).
- Muhiba. 2020. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Siswa Menjadi Entrepreneur Kelas XII Jurusan Rpl Smkn 9 Malang.
- Mustofa., 2014. Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan), *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. e-ISSN: 2477- 0574 ; p-ISSN: 2477-3824. Vol. 02.

- Mutmainah., 2019. The Roles of Entrepreneurship Knowledge, Self- Efficacy, Family, Education and Gender on Entrepreneurial Intention. *Journal Dinamika Pendidikan*, 13 (1).
- Purnomo, Didit. 2005. Studi Tentang Penanaman Modal Asing di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Vol 6, No1, Juni 2005, 26-27.*
- Putra, Suadi Sapta. 2018. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rani. 2022. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya.
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 20(2).
- Saidillah. 2019. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015-2016 Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, 2000. *Ekonomi Pembangunan: Problematika serta Pendekatan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Yahya dan Kristina, W. 2015. Peran Kewirausahaan dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228-240.

LAMPIRAN

Lampiran 1 . KUESIONER PENELITIAN MENGENAI DATA PRIBADI

No. Responden: [.....]

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin : [ ] Pria [ ] Wanita
3. Umur : .....Tahun

\*Berilah tanda Check list (  $\checkmark$  ) pada jawaban yang sesuai dengan Bapak/Ibu/Saudara/i

**PETUNJUK PENGISIAN**

1. Kuesioner ini terdiri dari pernyataan-pernyataan yang berisi 5 (lima) alternatif jawaban.
2. Cara mengisi jawaban dengan cara memberi tanda centang ( $\checkmark$ ) pada kolom:
  1. Sangat Setuju (SS)
  2. Setuju (S)
  3. Netral (N)
  4. Tidak Setuju (TS)
  5. Sangat Tidak Setuju (STS)
6. Apabila Bapak/Ibu merasa jawaban yang telah dipilih kurang tepat, maka dapat diperbaiki dengan memberi tanda (-) pada jawaban yang dirasa kurang tepat tersebut, kemudian berilah tanda ( $\checkmark$ ) pada jawaban yang tepat.

Contoh:

SS	S	N	TS	STS
$\checkmark$	$\checkmark$			

## KUESIONER

### Variabel Pemanfaatan Media Sosial (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>1. Sarana Komunikasi</b>						
1.	Saya mendapatkan informasi tentang berwirausaha melalui media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> )					
2.	Saya mempunyai teman wirausaha di komunitas media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).					
3.	Saya mendapatkan tanggapan terhadap ide atau gagasan dari sesama pengguna media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).					
4.	Saya memperoleh informasi trend terbaru baik dari dalam maupun luar negeri melalui media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).					
<b>2. Akses</b>						
5.	Saya akan memperkenalkan usaha yang akan saya mulai ke komunitas media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).					
6.	Ketika saya menggunakan media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ) tidak memerlukan banyak biaya.					
7.	Saya mudah untuk melakukan promosi di media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).					
<b>3. Pemanfaatan</b>						
8.	Media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ) menyediakan halaman untuk membuat grup komunitas wirausaha.					
9.	Saya mudah <i>update</i> berita terkini di media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ) tentang berwirausaha.					

10.	Saya mudah menentukan target pasar yang sesuai dengan rencana usaha di media sosial ( <i>Instagram, facebook, whatsapp dll</i> ).					
-----	---	--	--	--	--	--

### Variabel Pengetahuan Berwirausaha (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>1. Mengambil Resiko Usaha</b>						
1.	Saya memiliki keberanian mengambil resiko dalam menggeluti usaha.					
2.	Saya mengenali sumber resiko yang sekiranya akan dapat menghambat usaha saya.					
3.	Saya bisa mengendalikan resiko dari usaha yang saya jalankan.					
<b>2. Menganalisis Peluang Usaha</b>						
4.	Saya memahami usaha yang akan saya jalankan.					
5.	Saya bisa menganalisis peluang usaha.					
6.	Saya memiliki target pasar yang luas.					
7.	Saya bisa mengembangkan strategi pemasaran dan bisa memperluas target pemasaran.					
<b>3. Merumuskan Solusi Masalah</b>						
8.	Saya bisa menghadapi permasalahan dalam usaha yang digeluti.					
9.	Saya bisa mengidentifikasi dan menentukan penyebab masalah.					
10.	Saya bisa menentukan dan menjalankan alternatif solusi yang dipilih.					

**Variabel Minat Berwirausaha (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>1. Keyakinan Kuat Atas Kekuatan Sendiri</b>						
1.	Saya mempunyai keyakinan diri bahwa mampu untuk berwirausaha.					
2.	Saya mempunyai rasa percaya diri yang tinggi					
<b>2. Sikap Jujur dan Tanggung Jawab</b>						
3.	Saya mempunyai sikap jujur dan tanggung jawab dalam berwirausaha.					
4.	Saya mempunyai komitmen untuk mengatakan segala sesuatu sesuai dengan keadaan yang terjadi					
<b>3. Pemikiran Yang Kreatif dan Konstruktif</b>						
5.	Saya mempunyai pemikiran yang kreatif untuk menemukan produk baru.					
6.	Saya mempunyai pemikiran yang konstruktif untuk menemukan produk baru.					

Lampiran 2. Variabel Pemanfaatan Media Sosial (X<sub>1</sub>)

No	Indikator										Total
	1(1)	1(2)	1(3)	1(4)	2(1)	2(2)	2(3)	3(1)	3(2)	3(3)	
1	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	29
2	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	42
3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	40
4	5	5	3	2	3	4	4	4	4	3	37
5	2	5	4	3	3	4	5	4	5	4	39
6	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43
7	5	5	3	4	4	4	3	5	5	4	42
8	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	43
9	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	38
10	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	40
11	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	35
12	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	46
13	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	41
14	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	40
15	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	42
16	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	43
17	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	42
18	2	5	3	3	3	4	4	4	4	3	35
19	4	5	5	3	5	5	3	4	4	4	42
20	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	42
21	5	5	3	3	3	4	3	5	3	4	38
22	5	3	5	5	5	5	5	4	4	3	44
23	3	3	3	3	2	3	3	5	5	3	33
24	5	3	3	3	3	4	3	5	5	4	38
25	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	42
26	5	2	2	2	4	4	2	4	4	2	31
27	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	44
28	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	45
29	5	4	5	5	4	3	5	4	5	3	43
30	4	4	5	4	4	4	2	5	5	2	39
31	5	5	5	5	5	3	5	4	4	1	42
32	3	3	5	3	3	5	4	4	4	3	37
33	2	5	5	2	5	4	3	5	5	3	39
34	3	3	5	3	3	5	3	3	4	3	35
35	3	4	5	3	4	5	4	5	5	5	43
36	2	4	4	5	4	4	5	4	4	5	41

37	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	40
38	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	46
39	4	3	5	5	4	5	4	5	5	3	43
40	3	3	5	5	4	5	3	5	5	3	41
41	3	5	5	3	5	4	4	5	4	5	43
42	2	4	4	2	4	5	3	4	4	5	37
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
44	3	5	5	3	5	4	3	4	4	4	40
45	3	3	5	3	5	5	3	4	4	5	40
46	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
47	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	41
48	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	42
49	5	3	4	5	4	4	4	5	5	5	44
50	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	40
51	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
52	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	34
53	2	2	2	2	1	4	2	4	5	2	26
54	4	4	4	4	4	2	4	5	3	5	39
55	3	3	3	3	3	4	5	4	4	5	37
56	2	2	2	2	4	4	2	5	5	2	30
57	2	2	2	2	5	3	2	5	5	2	30
58	4	3	3	4	3	4	3	5	5	3	37
59	3	5	5	3	5	3	4	4	4	2	38
60	2	2	2	2	3	4	2	4	5	2	28
61	4	2	2	4	2	5	3	5	5	3	35
62	2	2	2	2	3	4	2	4	5	2	28
63	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
64	5	3	3	5	3	3	4	4	4	1	35
65	4	3	5	4	5	4	3	4	4	2	38
66	3	5	5	3	5	4	2	5	5	5	42
67	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	23
68	2	4	4	2	4	2	5	4	4	5	36
69	2	3	4	2	4	3	5	3	3	2	31
70	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	34
71	2	2	2	2	3	4	5	2	2	2	26
72	5	3	5	5	5	5	3	3	4	4	42
73	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	39
74	4	3	5	4	5	4	4	2	2	4	37

Sumber : Hasil Penelitian Angket Tahun 2023

Lampiran 3. Variabel Pengetahuan Berwirausaha (X<sub>2</sub>)

No	Indikator										Total
	1(1)	1(2)	1(3)	2(1)	2(2)	2(3)	2(4)	3(1)	3(2)	3(3)	
1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
2	4	5	5	5	5	3	4	5	4	5	45
3	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	44
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	40
5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	40
6	3	5	4	5	5	5	4	4	3	4	42
7	5	3	5	5	5	5	4	5	5	3	45
8	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	42
9	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	40
10	3	4	5	4	5	4	4	3	3	5	40
11	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	36
12	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	44
13	3	3	3	4	4	5	2	4	5	5	38
14	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	39
15	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	33
16	3	5	4	4	4	5	4	5	3	3	40
17	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
18	3	3	4	3	3	5	4	5	3	3	36
19	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
20	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	40
21	3	3	5	4	4	4	4	4	3	3	37
22	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	34
23	3	3	3	4	5	4	3	4	3	2	34
24	5	5	2	4	4	5	2	5	3	3	38
25	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	45
26	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	43
27	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
28	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
29	5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	44
30	5	5	5	4	3	5	5	3	4	4	43
31	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
32	2	2	2	5	5	4	5	5	2	2	34
33	5	3	5	4	4	4	5	4	5	5	44
34	3	5	3	3	4	3	5	4	3	3	36
35	3	3	3	5	5	4	3	5	3	3	37
36	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	45

37	4	5	4	4	5	2	3	5	4	4	40
38	5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	41
39	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	42
40	4	5	3	5	5	5	3	5	4	4	43
41	5	4	2	4	4	5	4	4	5	5	42
42	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	43
43	4	3	2	4	5	4	4	5	4	4	39
44	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	43
45	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	42
46	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	41
47	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	43
48	4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	37
49	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	40
50	3	3	5	4	5	3	4	3	5	5	40
51	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	34
52	3	3	5	5	4	4	2	5	4	5	40
53	4	2	2	4	4	5	2	4	2	2	31
54	4	3	2	4	4	4	5	5	2	2	35
55	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3	34
56	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	39
57	5	2	3	4	4	4	3	3	5	5	38
58	3	2	4	5	5	4	3	5	3	3	37
59	5	2	3	4	4	5	2	5	5	5	40
60	3	3	2	5	5	5	1	5	3	3	35
61	2	3	3	4	4	5	3	5	2	2	33
62	3	2	5	3	4	4	4	5	3	3	36
63	4	2	4	4	3	4	5	5	4	4	39
64	3	2	4	5	4	4	3	5	3	3	36
65	5	4	5	5	5	3	2	5	5	5	44
66	5	3	5	4	4	4	5	2	5	5	42
67	4	4	4	2	3	5	4	3	4	4	37
68	4	3	4	1	2	4	5	5	4	4	36
69	4	3	3	3	2	5	4	3	4	4	35
70	4	4	4	4	2	5	3	5	4	4	39
71	3	3	4	5	4	5	4	5	3	3	39
72	5	4	3	3	3	5	4	4	5	5	41
73	4	5	5	2	4	5	5	4	4	4	42
74	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47

Sumber : Hasil Penelitian Angket Tahun 2023

Lampiran 4. Variabel Minat Berwirausaha (Y)

No	Indikator						Total
	1(1)	1(2)	2(1)	2(2)	3(1)	3(2)	
1	3	3	3	3	4	5	21
2	5	4	4	5	4	4	26
3	4	4	3	5	4	5	25
4	3	3	3	4	3	5	21
5	5	4	3	3	3	5	23
6	4	4	4	4	4	3	23
7	4	3	4	5	3	5	24
8	4	4	3	5	3	5	24
9	4	4	3	4	4	4	23
10	5	5	3	4	4	3	24
11	5	3	3	5	3	4	23
12	4	5	4	5	4	5	27
13	4	4	4	3	4	5	24
14	4	4	3	5	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	3	4	3	4	4	3	21
17	4	4	4	5	4	4	25
18	3	3	3	5	4	3	21
19	5	5	5	5	4	5	29
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	3	3	3	4	3	19
22	5	5	5	5	5	5	30
23	2	2	2	2	2	2	12
24	3	3	3	3	4	3	19
25	4	4	4	4	5	5	26
26	4	5	4	4	4	4	25
27	5	5	5	5	5	5	30
28	5	5	5	5	4	5	29
29	4	4	4	4	5	5	26
30	4	5	4	4	5	4	26
31	5	5	5	5	5	5	30
32	3	3	3	3	4	4	20
33	5	5	5	5	5	5	30
34	3	3	3	3	4	3	19
35	4	4	4	4	5	4	25
36	4	4	4	4	4	4	24

37	4	4	4	4	3	4	23
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	4	4	5	4	25
40	4	4	4	4	4	4	24
41	5	5	5	5	5	5	30
42	4	5	4	4	4	4	25
43	4	4	4	4	5	4	25
44	5	5	5	5	4	5	29
45	5	5	5	5	5	4	29
46	5	5	5	5	4	5	29
47	5	5	5	5	4	5	29
48	4	4	4	4	3	4	23
49	4	5	4	4	4	4	25
50	4	5	4	4	5	3	25
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	5	3	24
53	1	1	1	1	4	4	12
54	4	4	4	4	4	4	24
55	3	3	3	3	5	5	22
56	4	4	4	4	5	4	25
57	5	5	5	5	4	5	29
58	3	3	3	3	4	3	19
59	5	5	5	5	2	5	27
60	3	3	3	3	5	3	20
61	2	2	2	2	5	2	15
62	3	3	3	3	4	3	19
63	4	4	4	4	3	4	23
64	3	3	3	3	3	3	18
65	5	5	5	5	3	5	28
66	5	5	5	5	5	5	30
67	3	3	3	3	4	3	19
68	4	4	4	4	3	4	23
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	3	3	3	3	3	3	18
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	5	4	25
74	5	5	5	5	5	5	30

Sumber : Hasil Penelitian Angket Tahun 2023

Lampiran 5. Validitas Pemanfaatan Media Sosial (X<sub>1</sub>)

Correlations												
		Indikator 1(1)	Indikator 1(2)	Indikator 1(3)	Indikator 1(4)	Indikator 2(1)	Indikator 2(2)	Indikator 2(3)	Indikator 3(1)	Indikator 3(2)	Indikator 3(3)	Pemanfaatan Media Sosial (X1)
Indikator 1(1)	Pearson Correlation	1	.273*	.286*	.616**	.238*	.095	.170	.197	.130	.124	.602**
	Sig. (2-tailed)		.019	.014	.000	.041	.422	.148	.092	.269	.292	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 1(2)	Pearson Correlation	.273*	1	.509**	.253*	.259*	-.009	.380**	.217	.084	.433**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.019		.000	.029	.026	.939	.001	.063	.477	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 1(3)	Pearson Correlation	.286*	.509**	1	.485**	.640**	.243*	.327**	.031	.020	.374**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000		.000	.000	.037	.004	.793	.864	.001	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 1(4)	Pearson Correlation	.616**	.253*	.485**	1	.281*	.189	.383**	.123	.096	.198	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.029	.000		.015	.107	.001	.297	.416	.091	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 2(1)	Pearson Correlation	.238*	.259*	.640**	.281*	1	.057	.055	.018	-.026	.168	.507**
	Sig. (2-tailed)	.041	.026	.000	.015		.631	.642	.877	.824	.152	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 2(2)	Pearson Correlation	.095	-.009	.243*	.189	.057	1	-.074	.055	.169	.248*	.725**
	Sig. (2-tailed)	.422	.939	.037	.107	.631		.532	.644	.149	.033	.005
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 2(3)	Pearson Correlation	.170	.380**	.327**	.383**	.055	-.074	1	-.102	-.183	.305**	.455**
	Sig. (2-tailed)	.148	.001	.004	.001	.642	.532		.387	.119	.008	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 3(1)	Pearson Correlation	.197	.217	.031	.123	.018	.055	-.102	1	.711**	.199	.414**
	Sig. (2-tailed)	.092	.063	.793	.297	.877	.644	.387		.000	.089	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 3(2)	Pearson Correlation	.130	.084	.020	.096	-.026	.169	-.183	.711**	1	.048	.627**
	Sig. (2-tailed)	.269	.477	.864	.416	.824	.149	.119	.000		.683	.005
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 3(3)	Pearson Correlation	.124	.433**	.374**	.198	.168	.248*	.305**	.199	.048	1	.595**
	Sig. (2-tailed)	.292	.000	.001	.091	.152	.033	.008	.089	.683		.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Pemanfaatan Media Sosial (X1)	Pearson Correlation	.602**	.665**	.748**	.690**	.507**	.725**	.455**	.414**	.627**	.595**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.005	.000	
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).  
 \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6. Validitas Pengetahuan Berwirausaha (X<sub>2</sub>)

Correlations												
		Indikator 1(1)	Indikator 1(2)	Indikator 1(3)	Indikator 2(1)	Indikator 2(2)	Indikator 2(3)	Indikator 2(4)	Indikator 3(1)	Indikator 3(2)	Indikator 3(3)	Pengetahuan Berwirausaha (X <sub>2</sub> )
Indikator 1(1)	Pearson Correlation	1	.409**	.203	-.002	-.089	.133	.331**	-.186	.669**	.624**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.000	.083	.989	.450	.260	.004	.112	.000	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 1(2)	Pearson Correlation	.409**	1	.311**	.038	.152	.077	.351**	-.121	.186	.315**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.748	.197	.514	.002	.305	.113	.006	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 1(3)	Pearson Correlation	.203	.311**	1	.047	.048	-.090	.386**	-.154	.229*	.362**	.554**
	Sig. (2-tailed)	.083	.007		.694	.684	.445	.001	.191	.049	.002	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 2(1)	Pearson Correlation	-.002	.038	.047	1	.605**	.030	-.251*	.279*	-.014	.040	.528**
	Sig. (2-tailed)	.989	.748	.694		.000	.801	.031	.016	.905	.733	.004
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 2(2)	Pearson Correlation	-.089	.152	.048	.605**	1	-.163	-.112	.145	-.063	-.015	.683*
	Sig. (2-tailed)	.450	.197	.684	.000		.166	.342	.217	.596	.900	.014
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 2(3)	Pearson Correlation	.133	.077	-.090	.030	-.163	1	-.039	.109	-.046	-.048	.785
	Sig. (2-tailed)	.260	.514	.445	.801	.166		.743	.354	.698	.684	.114
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 2(4)	Pearson Correlation	.331**	.351**	.386**	-.251*	-.112	-.039	1	-.257*	.174	.211	.448**
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.001	.031	.342	.743		.027	.138	.072	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 3(1)	Pearson Correlation	.186	.121	.154	.279*	.145	.109	.257*	1	.203	.235*	.431
	Sig. (2-tailed)	.112	.305	.191	.016	.217	.354	.027		.083	.044	.791
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 3(2)	Pearson Correlation	.669**	.186	.229*	-.014	-.063	-.046	.174	-.203	1	.815**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.000	.113	.049	.905	.596	.698	.138	.083		.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 3(3)	Pearson Correlation	.624**	.315**	.362**	.040	-.015	-.048	.211	-.235*	.815**	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.002	.733	.900	.684	.072	.044	.000		.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Pengetahuan Berwirausaha (X <sub>2</sub> )	Pearson Correlation	.703**	.631**	.554**	.528**	.683*	.785	.448**	.431	.629**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.014	.114	.000	.791	.000	.000	
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 7. Validitas Minat Berwirausaha (Y)

Correlations								
		Indikator 1(1)	Indikator 1(2)	Indikator 2(1)	Indikator 2(2)	Indikator 3(1)	Indikator 3(2)	Minat Berwirausaha (Y)
Indikator 1(1)	Pearson Correlation	1	.876**	.860**	.843**	.167	.636**	.924**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.154	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 1(2)	Pearson Correlation	.876**	1	.870**	.777**	.279*	.553**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.016	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 2(1)	Pearson Correlation	.860**	.870**	1	.778**	.290*	.615**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.012	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 2(2)	Pearson Correlation	.843**	.777**	.778**	1	.130	.602**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.268	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 3(1)	Pearson Correlation	.167	.279*	.290*	.130	1	.112	.394**
	Sig. (2-tailed)	.154	.016	.012	.268		.342	.001
	N	74	74	74	74	74	74	74
Indikator 3(2)	Pearson Correlation	.636**	.553**	.615**	.602**	.112	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.342		.000
	N	74	74	74	74	74	74	74
Minat Berwirausaha (Y)	Pearson Correlation	.924**	.917**	.928**	.873**	.394**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	74	74	74	74	74	74	74

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 \* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8. Reliabilitas Pemanfaatan Media Sosial (X<sub>1</sub>)

**Scale: ALL VARIABLES**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	74	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	74	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.737	10

Lampiran 9. Reliabilitas Pengetahuan Berwirausaha (X<sub>2</sub>)

**Scale: ALL VARIABLES**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	74	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	74	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.792	10

Lampiran 10. Reliabilitas Minat Berwirausaha (Y)

**Scale: ALL VARIABLES**

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	74	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	74	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	6

Lampiran 11. Regression X<sub>1</sub>, Dan X<sub>2</sub> Terhadap Y

<b>Variables Entered/Removed<sup>a</sup></b>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengetahuan Berwirausaha (X <sub>2</sub> ), Pemanfaatan Media Sosial (X <sub>1</sub> ) <sup>b</sup>	.	Enter
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)			
b. All requested variables entered.			

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 <sup>a</sup>	.519	.606	2.885
a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Berwirausaha (X <sub>2</sub> ), Pemanfaatan Media Sosial (X <sub>1</sub> )				
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)				

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	637.804	2	318.902	38.317	.000 <sup>b</sup>
	Residual	590.912	71	8.323		
	Total	1228.716	73			
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)						
b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Berwirausaha (X2), Pemanfaatan Media Sosial (X1)						

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.887	3.467		1.698	.094		
	Pemanfaatan Media Sosial (X1)	.252	.076	.317	3.332	.001	.747	1.338
	Pengetahuan Berwirausaha (X2)	.511	.096	.507	5.323	.000	.747	1.338
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)								

Lampiran 12. Uji Asumsi Klasik

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	637.804	2	318.902	38.317	.000 <sup>b</sup>
	Residual	590.912	71	8.323		
	Total	1228.716	73			
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)						
b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Berwirausaha (X2), Pemanfaatan Media Sosial (X1)						

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.887	3.467		1.698	.094
	Pemanfaatan Media Sosial (X1)	.252	.076	.317	3.332	.001
	Pengetahuan Berwirausaha (X2)	.511	.096	.507	5.323	.000
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)						

Lampiran 13. R Tabel

Tabel r untuk df = 71 - 100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
<b>72</b>	0.1927	<b>0.2287</b>	0.2700	0.2977	0.3748
<b>73</b>	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
<b>74</b>	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
<b>75</b>	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
<b>76</b>	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
<b>77</b>	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
<b>78</b>	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
<b>79</b>	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
<b>80</b>	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
<b>81</b>	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
<b>82</b>	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
<b>83</b>	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
<b>84</b>	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
<b>85</b>	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
<b>86</b>	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
<b>87</b>	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
<b>88</b>	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412

<b>89</b>	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
<b>90</b>	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
<b>91</b>	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
<b>92</b>	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
<b>93</b>	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
<b>94</b>	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
<b>95</b>	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
<b>96</b>	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
<b>97</b>	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
<b>98</b>	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
<b>99</b>	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
<b>100</b>	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 14. T Tabel

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731

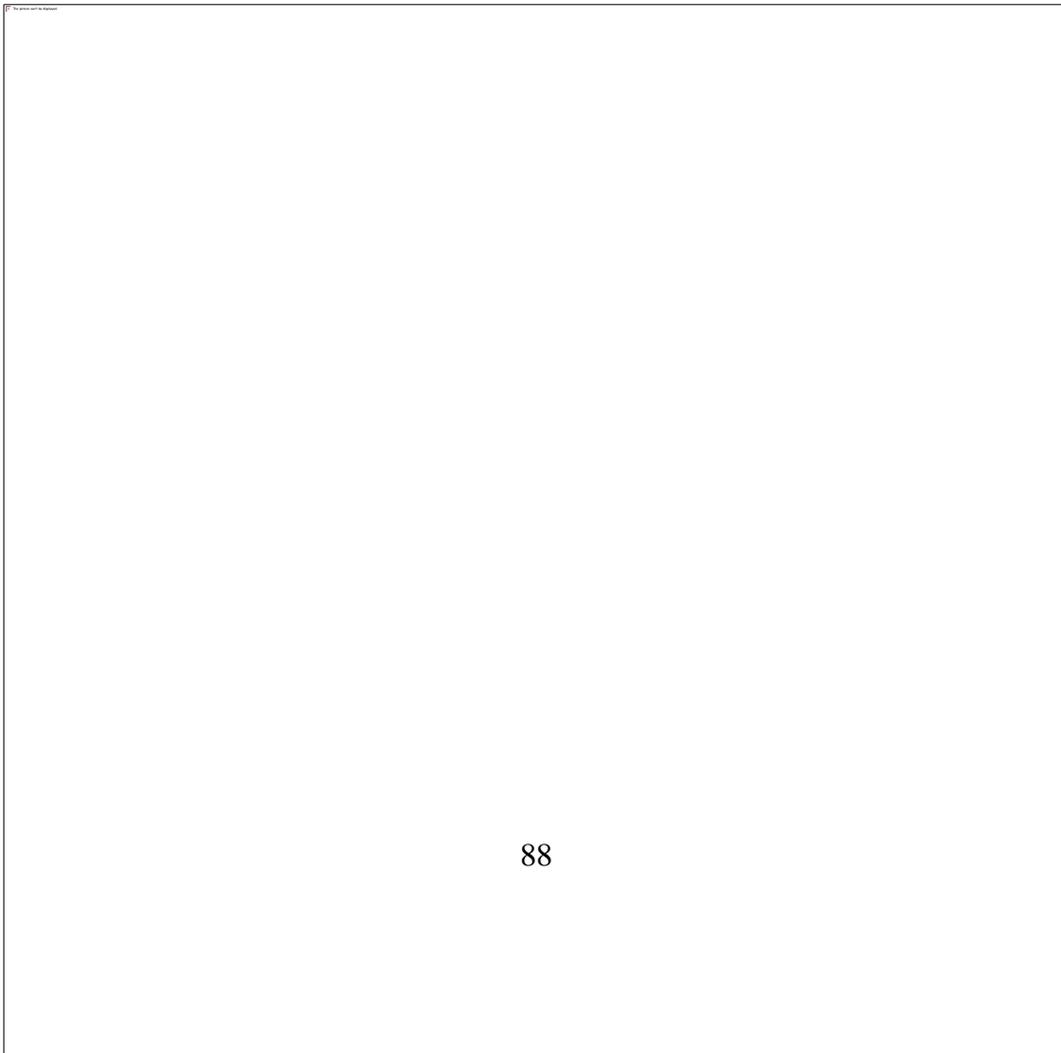
<b>97</b>	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
<b>98</b>	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
<b>99</b>	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
<b>100</b>	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Lampiran 15. F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81

<b>74</b>	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
<b>75</b>	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
<b>76</b>	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
<b>77</b>	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
<b>78</b>	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
<b>79</b>	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
<b>80</b>	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
<b>81</b>	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
<b>82</b>	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
<b>83</b>	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
<b>84</b>	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
<b>85</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79

Lampiran 16. Kartu Bimbingan Proposal





### Lampiran 17. Kartu Bimbingan Skripsi


**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUSAMUS MERAUKE ( UNMUS )**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
 Jln Kamizaan Mopah Lama Merauke 9960 Telpn : 0971-3306515  
 Fax : 0971-325976 Website : <http://www.unmus.ac.id>  
 Email : [info@unmus.ac.id](mailto:info@unmus.ac.id)

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : INTAN NUR ARIYANTI  
 NPM : 2019 - 6120 - 1019  
 Program Studi : MANAJEMEN  
 Judul Penelitian : Analisis Perencanaan Media Sosial dan Pengelakan Berusaha Terhadap Minat Kepuasan Berusaha  
 Pembimbing : Muhammad Awal, S.E., M.M., Simon Simsa, S.E., M.M.

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1	09/06/2023	Bimbingan Bab IV	
2	12/06/2023	Bimbingan Bab IV Hasil	
3	14/06/2023	Bimbingan Bab IV Persiapan Hipotesis	
4	15/06/2023	Bimbingan Bab IV Pembahasan	
5	16/06/2023	Bimbingan Bab V - Selesai	
6	18/06/2023	Bimbingan Daftar Pustaka	
7	01/07/2023		

## Lampiran 18. Surat Penelitian

