

PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

Eka Astra Susilawaty¹

Politeknik Negeri Ujung Pandang, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of entrepreneurship education and social media on student entrepreneurship intention. Students who graduate from college faced difficult condition to get a job due to the lack of job opportunities. The interest in entrepreneurship through entrepreneurship education in college and the development of information technology through the existence of social media and the internet provide opportunities to create an independent generation focusing on the creation of new jobs in order to reduce the rate of unemployment. This research was conducted with a quantitative approach. The sample in this study were 63 respondents from sixth semester students, Diploma III Accounting study program and eighth semester students, Diploma IV Managerial Accounting study program, Accounting Department, State Polytechnic of Ujung Pandang. The primary data obtained from questionnaires through google form. The results of this study indicated that partially entrepreneurship education has a significant influence on student entrepreneurship interest, while social media has no effect on student entrepreneurial interest. However, the influence of the variables of entrepreneurship education and social media on the interest in entrepreneurship simultaneously has an effect of 51.5%.

Keywords: entrepreneurship education, social media, interest in entrepreneurship

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa yang telah lulus dari perguruan tinggi dihadapkan pada kondisi sulitnya memperoleh pekerjaan akibat tidak tersedianya lapangan pekerjaan. Untuk itu minat berwirausaha melalui pendidikan kewirausahaan dibangku kuliah dan perkembangan teknologi informasi melalui keberadaan media sosial dan internet dapat memberikan peluang untuk melahirkan generasi mandiri yang berorientasi pada terciptanya lapangan kerja baru dalam rangka menekan peningkatan angka pengangguran. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 63 responden dari mahasiswa semester enam, program studi Diploma III Akuntansi dan mahasiswa semester delapan, program studi Diploma IV Akuntansi Manajerial, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Ujung Pandang. Data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari pembagian kuesioner melalui google form kepada responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa sedangkan media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun pengaruh variabel pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha secara simultan memiliki pengaruh sebesar 51,5%.

Kata Kunci : pendidikan kewirausahaan, media sosial, minat berwirausaha

1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan sarana memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dapat ditempuh melalui sekolah formal maupun non formal. Pendidikan menitikberatkan pada sekumpulan proses pembelajaran yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dengan didukung oleh kualitas sumber daya manusia yang unggul maka perolehan kerja

¹E-mail Corresponding Author: ekaastra.susilawaty@poliupg.ac.id

Diterima (12/05/2022), Dipublikasikan Online (22/06/2022)

P-ISSN: 2775-1279, E-ISSN: 2775-2186

menjadi mudah sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebaliknya kualitas sumber daya manusia yang buruk memungkinkan masyarakat sulit memperoleh pekerjaan dan berakhir menjadi seorang pengangguran. Dikutip dari Jakarta, iNews.id bahwa jumlah penduduk Indonesia saat ini 273 juta tepatnya 273.879.750 jiwa berdasarkan Data Kependudukan Semester II Tahun 2021 tanggal 30 Desember 2022 yang dirilis oleh Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) melalui Direktorat Jenderal Dukcapil (Novianto 2022). Sementara Bulan November tahun 2021, BPS mencatat bahwa terdapat 206,71 juta penduduk usia kerja dan 9.1 juta orang pengangguran. Tingkat pengangguran tinggi terjadi pada kelompok anak muda yang berusia 20-29 tahun dimana usia 20-24 tahun sebesar 17,73% pada Februari 2021, Peningkatan TPT pada kelompok usia ini memiliki angka yang tinggi dibanding kelompok usia lain (Badan Pusat Statistik 2021). Lebih lanjut ditemukan fakta bahwa tingkat pengangguran terbuka menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan pada bulan Agustus tahun 2021 berdasarkan survey angkatan kerja nasional (Sakernas) bahwa tercatat sebanyak 848.657 orang berasal dari lulusan Universitas dan sebanyak 216.024 orang berasal dari lulusan akademi/diploma (Badan Pusat Statistik 2022). Hal ini mengindikasikan bahwa lulusan dari tingkat pendidikan yang tinggi tidak dapat memastikan seseorang mampu memperoleh pekerjaan. Lowongan pekerjaan yang sesuai bidang keahlian tidak sebanding dengan banyaknya lulusan (Indraswati, Dyah. Vivi Rachmatul Hidayati 2021).

Dalam upaya mengurangi pengangguran maka lembaga pendidikan dituntut untuk dapat menciptakan lulusan yang bukan saja memiliki orientasi sebagai seorang pencari kerja (*job seeker*) namun sebagai seorang pembuat kerja (*job creator*). Salah satu upaya yang dilakukan lembaga pendidikan untuk dapat mewujudkan lulusan tersebut adalah dengan menghadirkan mata kuliah pendidikan kewirausahaan baik sebagai mata kuliah wajib atau mata kuliah pilihan di perguruan tinggi. Paco et al. (dalam Bharata 2019) menyatakan bahwa seseorang dapat memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan guna membangun dan mengembangkan bisnis baru melalui pendidikan kewirausahaan yang sesuai.

Pendidikan kewirausahaan merupakan suatu peluang bagi para tenaga pendidik untuk memberikan pengetahuan, nilai dan menanamkan jiwa kewirausahaan, meningkatkan keterampilan dan membangun minat berwirausaha mahasiswa. Minat berwirausaha cenderung dapat mendorong mahasiswa untuk memulai usaha mandiri atau berwirausaha sehingga melahirkan generasi mandiri secara finansial dan sejahtera. Minat berwirausaha didefinisikan sebagai keinginan untuk menciptakan usaha yang didukung oleh kemampuan dan berani mengambil resiko (Evaliana, 2015). Pernyataan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Nurnida (2017) tentang pengaruh mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, baik dari materi yang disampaikan maupun dalam bentuk penyampaian materi. Namun terdapat perbedaan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Hadyastiti dkk (2020) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha.

Indonesia dan negara lain di seluruh dunia, sejak bulan Maret tahun 2020 menghadapi pandemi virus COVID-19. Pandemi ini memiliki peranan yang cukup besar dalam mengubah pola perilaku masyarakat. Selama pandemi, individu maupun masyarakat cenderung melakukan aktivitas online. Aktivitas online ini memicu tingkat penggunaan media sosial yang tinggi pula. Berdasarkan data yang disajikan secara berkala oleh Hootsuite (We Are Social) bahwa pada tahun 2021, pengguna internet di Indonesia sebanyak 202.6 juta orang atau 73.7% dari jumlah populasi

di Indonesia sedangkan pengguna media sosial aktif sebesar 61.8% dari jumlah penduduk Indonesia atau sebesar 170 juta penduduk (Andi Dwi Riyanto 2021). Hal ini juga diperkuat oleh Country Head Facebook Indonesia, Peter Lydian yang menyebutkan bahwa selama pandemi, penggunaan situs jejaring sosial mengalami peningkatan (CNBC Indonesian, 2021).

Media sosial memberikan kemudahan kepada individu-individu untuk dapat berinteraksi di dunia maya dan saling berbagi ide dan pemikiran tanpa dibatasi oleh wilayah dan waktu. Dilansir dari data.tempo.co (2021) yang bersumber dari JakPat bahwa Platform media sosial paling populer di Indonesia terdiri atas *youtube, facebook, instagram, tiktok, twitter, pinterest, linkedin, dan snapchat*. Kelebihan media sosial selain dapat diakses dimana saja dan kapan saja, beberapa media sosial juga tidak menarik biaya dalam penggunaannya atau gratis sehingga dapat diunduh oleh masyarakat hanya dengan mengandalkan kuota internet.

Maraknya penggunaan media sosial oleh masyarakat mendorong para pelaku usaha memanfaatkan media tersebut sebagai media online marketing. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan traffic serta sebagai suatu strategi pemasaran yang terstruktur untuk meningkatkan pengembangan dan pertumbuhan bisnis.

Mahasiswa sebagai *agent of change* merupakan kelompok yang paling rentan memiliki ketergantungan terhadap internet dibandingkan segmen masyarakat yang lain (Kendall dalam Indraswati dkk, 2020). Hal ini menjadi salah satu pemicu dimana mahasiswa merupakan salah satu pengguna media sosial yang sangat aktif sehingga tidak jarang mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial menjadi sasaran empuk para pelaku usaha. Mahasiswa yang menyadari akan peluang yang ditawarkan oleh keberadaan media sosial sebagai online marketing non biaya dengan jangkauan akses yang tinggi memungkinkan mereka untuk memanfaatkan media sosial tersebut sebagai lahan bisnis. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberadaan media sosial memiliki kecenderungan untuk menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Nordiana (dalam Kumara, 2020) yang menyatakan bahwa peran media sosial sangat berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Indraswati dkk (2021), media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, mahasiswa dianggap menggunakan media sosial untuk mendapatkan inspirasi berwirausaha, mencari produk untuk dijual kembali, mencari koneksi untuk online bisnis, dan mempromosikan bisnis. Namun berbeda dengan apa yang dikemukakan oleh Prasetio (2020) yang menyatakan bahwa secara parsial, hasil analisis variabel penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Urgensi penelitian ini adalah pendidikan kewirausahaan memiliki andil yang cukup besar dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan berwirausaha pada peserta didik sehingga mampu menumbuhkan minat berwirausaha. Begitu pula dengan perkembangan teknologi informasi melalui keberadaan media sosial, memiliki peranan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa sehingga mampu memicu adanya penciptaan lapangan pekerjaan baru guna peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dengan demikian studi ini akan memeriksa hubungan antara pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ujung Pandang. Studi ini diangkat didasarkan adanya *gap* teori dan *gap* fenomena yang ditemukan oleh penulis.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan merupakan proses pembelajaran dalam rangka perolehan ilmu pengetahuan, keterampilan dan pemahaman melalui pengajaran, pelatihan dan penelitian di suatu lembaga formal maupun non formal. Peranan pendidikan sangat besar dimana seseorang yang telah menempuh pendidikan cenderung akan memiliki pola pikir dan sikap yang lebih baik dibandingkan seseorang tanpa pendidikan.

Menurut Coulter dalam Suryana dkk (2014), proses, pembentukan, maupun pertumbuhan bisnis baru yang bertujuan untuk memperoleh laba, menciptakan nilai, serta membentuk produk atau layanan baru sering didefinisikan sebagai kewirausahaan. Sedangkan menurut Tyra dan Sarjono (2020) menyatakan bahwa orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai barang dan jasa yang unik dan inovatif serta bersedia berproses untuk memperoleh keuntungan dan memberikan kesejahteraan tidak hanya bagi dirinya sendiri, karyawannya, tetapi juga masyarakat luas dipahami sebagai kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan suatu keahlian yang dimiliki individu yang secara mandiri mampu mendirikan dan mengembangkan usaha bisnis baru guna penciptaan lapangan kerja baru. Untuk itu kewirausahaan dinilai mampu menjadi salah satu cara yang efektif guna mengatasi masalah pengangguran akibat tidak tertampungnya semua angkatan pencari kerja yang ada.

Pendidikan kewirausahaan merupakan proses pembelajaran dan pembekalan kompetensi kewirausahaan yang berkaitan dengan pengembangan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi wirausaha (Kodrati dan Christina 2020). Dengan demikian berdasarkan pembahasan yang ada pada paragraf sebelumnya dapat dirumuskan sebuah hipotesis:

H₁: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

2.2. Media Sosial

Media sosial adalah istilah deskriptif dari berbagai teknologi yang digunakan untuk mengikat orang ke dalam sebuah lingkup, sehingga mereka dapat bertukar informasi dan berinteraksi satu sama lain melalui konten pesan berbasis web (Cross dalam Sahroh 2018). Sedangkan Susilawaty (2020) menyatakan bahwa situs atau layanan daring yang memungkinkan masyarakat dapat berinteraksi dalam berbagai bentuk konten seperti teks, gambar atau foto, serta video yang dengan mudah digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat dikenal dengan media sosial. Media sosial memberikan kemudahan dalam membagi dan menerima informasi secara cepat dengan jangkauan yang luas dengan menggunakan media elektronik yang canggih seperti *smartphone*, *tablet*, tv, laptop, dan media elektronik lainnya dengan bantuan internet.

Nilai pada media sosial dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator. Diantara indikator tentang tingkat penggunaan media sosial dibagi menjadi tiga (Kurniawan dalam Sahroh 2018), yaitu meliputi sarana komunikasi, akses, dan pemanfaatan media sosial. Dengan demikian berdasarkan pembahasan yang ada pada paragraf sebelumnya dapat dirumuskan sebuah hipotesis:

H₂: Media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

2.3. Minat Berwirausaha

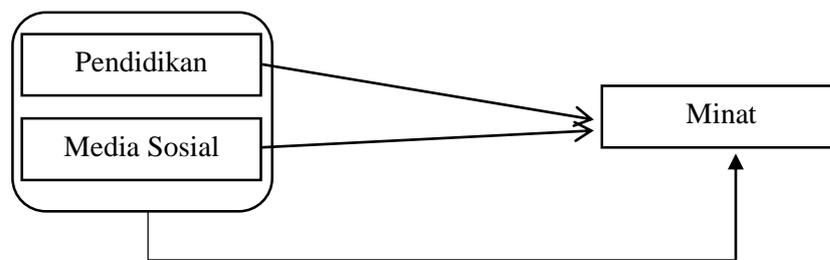
Minat merupakan tindakan seseorang yang tidak lepas dari perasaan senang seseorang terhadap sesuatu, karena jika seseorang berminat untuk melakukan sesuatu pasti akan membawa pengaruh positif berupa kesenangan dan akan menimbulkan keyakinan yang kuat dalam melakukan sesuatu (Mustofa 2014).

Minat berwirausaha dijelaskan sebagai pilihan kegiatan yang akan diambil seseorang karena adanya ketertarikan, kesenangan, dan keinginan untuk berwirausaha serta berani mengambil risiko untuk meraih kesuksesan (Suryana dalam Putri 2017). Minat berwirausaha merupakan keadaan dimana seseorang atau individu merasa lebih senang dan tertarik untuk menciptakan suatu usaha yang kreatif dan inovatif dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

Menurut Purnomo (dalam Sanchaya dan Hani 2017), minat berwirausaha dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator meliputi : 1) Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup; 2) Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri; 3) Sikap jujur dan tanggung jawab; 4) Ketahanan fisik, mental, ketekunan dan keuletan bekerja; 5) Pemikiran yang kreatif dan konstruktif dan; 6) Berorientasi ke masa depan dan berani mengambil resiko, yaitu berorientasi ke masa depan dan berani mengambil resiko dalam berwirausaha. Lebih jauh beberapa literatur menunjukkan bahwa ada keterkaitan antara konstruk sosial media dan pendidikan kewirausahaan terhadap peningkatan minat berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian berdasarkan kemungkinan ini, hipotesis ketiga dapat dituliskan sebagai berikut:

H₃: Pendidikan kewirausahaan dan media sosial secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

Lebih jauh, kerangka pikir atas penelitian yang akan dilakukan yang didasarkan pada tinjauan pustaka di atas sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk perolehan data dalam penelitian dimana lokasi penelitian ini bertempat pada Kampus Politeknik Negeri Ujung Pandang (PNUP), Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Tamalanrea, Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hipotesis mengenai pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha dengan tiga variabel penelitian. Penelitian ini juga dilengkapi dengan penelitian pustaka untuk menghasilkan deskripsi yang komprehensif mengenai topik tersebut.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester VI untuk Program Studi D3 Akuntansi

dan Mahasiswa Semester VIII untuk Program Studi D4 Akuntansi Semester VIII, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ujung Pandang yang berjumlah 169 orang. Mahasiswa semester VI untuk Program studi D3 dan mahasiswa semester VIII untuk program studi D4 dipilih karena dianggap memiliki pola pikir yang paling siap untuk memasuki dunia kerja dan menentukan masa depannya. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan Simple Random Sampling yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono dalam Susilawaty, 2020). Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dan diperoleh sampel sebanyak 63 orang mahasiswa.

Adapun variabel yang digunakan dan pengukurannya dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Variabel Penelitian dan Pengukurannya

No.	Variabel	Indikator
1.	Pendidikan Kewirausahaan	Menciptakan keinginan berwirausaha. Menambah wawasan.
2	Media Sosial	Peka terhadap peluang bisnis. Sarana Komunikasi Akses Pemanfaatan
3	Minat Berwirausaha	1) Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup 2) Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri, yaitu mempunyai keyakinan diri bahwa mampu untuk berwirausaha. 3) Sikap jujur dan tanggung jawab 4) Ketahanan fisik, mental, ketekunan dan keuletan bekerja 5) Pemikiran yang kreatif dan konstruktif, yaitu pemikiran yang kreatif dan konstruktif untuk menemukan produk baru. 6) Berorientasi ke masa depan dan berani mengambil resiko

Sumber: Hasil telaah teori peneliti, 2022

Setiap pernyataan dari variabel yang diteliti menggunakan skala Likert dan masing-masing butir pernyataan diberi skor 1 sampai 5. Skor yang digunakan untuk mengukur keyakinan dengan kategori “sangat setuju sampai sangat tidak setuju”. Adapun alternatif jawaban pada setiap pernyataan untuk penelitian ini adalah: 1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = kurang setuju; 4 = setuju; 5 = sangat setuju.

Untuk membuktikan hipotesis pada variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan alat uji SPSS for Windows 21 dengan teknik uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji hetroskedastisitas uji autokorelasi, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Data yang ditabulasi adalah sesuai jawaban responden atas pernyataan yang ada dalam kuesioner. Dalam pengolahan data, pernyataan-pernyataan tersebut diberi skor yang menunjukkan tingkat setujunya responden dalam memilih jawaban dengan diberi skor dari 1 sampai 5. Data hasil tabulasi diolah menggunakan SPSS 21, yang menghasilkan deskripsi statistik sebagai berikut:

Tabel 2 : Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mea n	Std. Deviation
Pendidikan Kewirausahaan	63	31	45	38,75	3,996
Media Sosial	63	32	45	40,19	3,852
Minat Berwirausaha	63	22	35	28,98	3,329
Valid N (listwise)	63				

Sumber: Data diolah, 2022

Dari hasil statistik deskriptif diatas menunjukkan bahwa jumlah data yaitu sebanyak 63 responden. Pada variabel pendidikan kewirausahaan memiliki nilai minimum 31 dan maksimum 45 dengan rata-rata 38,75 dan memiliki standar deviasi 3,996. Sedangkan variabel media sosial memiliki nilai minimum 32 dan maksimum 45 dengan rata-rata 40,19 dan standar deviasi 3,852. Variabel minat berwirausaha memiliki nilai minimum 22 dan nilai maksimum 35 dengan rata-rata 28,98 dan standar deviasi 3,329.

Uji Validitas

Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 5% dan r hitung > r tabel, maka dapat dinyatakan semua item pertanyaan itu valid. Untuk *degree of freedom* (df) = n-k dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 63-2 atau df = 61 dengan signifikansi 0,05 didapatkan r tabel 0,2480. Adapun hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3: Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	Item 1	0,537	0,2480	Valid
	Item 2	0,725	0,2480	Valid
	Item 3	0,741	0,2480	Valid
	Item 4	0,525	0,2480	Valid
	Item 5	0,556	0,2480	Valid
	Item 6	0,684	0,2480	Valid
	Item 7	0,723	0,2480	Valid
	Item 8	0,739	0,2480	Valid
	Item 9	0,763	0,2480	Valid
Media Sosial (X2)	Item 1	0,514	0,2480	Valid
	Item 2	0,490	0,2480	Valid
	Item 3	0,580	0,2480	Valid
	Item 4	0,631	0,2480	Valid
	Item 5	0,691	0,2480	Valid

	Item 6	0,636	0,2480	Valid
	Item 7	0,593	0,2480	Valid
	Item 8	0,571	0,2480	Valid
	Item 9	0,621	0,2480	Valid
Minat	Item 1	0,734	0,2480	Valid
Berwirausaha	Item 2	0,687	0,2480	Valid
(Y)	Item 3	0,589	0,2480	Valid
	Item 4	0,653	0,2480	Valid
	Item 5	0,616	0,2480	Valid
	Item 6	0,686	0,2480	Valid
	Item 7	0,598	0,2480	Valid

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 2 diatas, masing-masing item pernyataan mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 5% dan r hitung $>$ r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa instrument tersebut valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan yang termasuk dalam kategori valid. Instrumen terdiri atas 20 butir pernyataan dimana tiap butir pernyataan telah dikategorikan valid melalui uji validitas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas menurut Sujarweni (2014) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach"s Alpha $>$ 0.60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliable atau konsisten.
2. sementara, jika nilai cronbach"s Alpha $<$ 0.60 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliable atau tidak konsisten.

Tabel 4: Uji Reliabilitas

Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Item_01	0,936	Reliabel
Item_02	0,933	Reliabel
Item_03	0,933	Reliabel
Item_04	0,936	Reliabel
Item_05	0,936	Reliabel
Item_06	0,934	Reliabel
Item_07	0,933	Reliabel
Item_08	0,933	Reliabel
Item_09	0,933	Reliabel
Item_10	0,936	Reliabel
Item_11	0,936	Reliabel
Item_12	0,935	Reliabel
Item_13	0,935	Reliabel
Item_14	0,934	Reliabel
Item_15	0,934	Reliabel
Item_16	0,936	Reliabel
Item_17	0,935	Reliabel
Item_18	0,935	Reliabel

Item_19	0,933	Reliabel
Item_20	0,934	Reliabel
Item_21	0,935	Reliabel
Item_22	0,936	Reliabel
Item_23	0,935	Reliabel
Item_24	0,934	Reliabel
Item_25	0,935	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan hasil nilai *Cronbach's Alpha* pada 25 butir pernyataan dalam instrument memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 sehingga dapat dikatakan bahwa setiap butir pernyataan reliabel atau konsisten. Dengan mengacu pada tabel diatas maka semua butir pernyataan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Data yang mempunyai distribusi normal berarti mempunyai sebaran yang normal pula. Dalam hal ini uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yaitu dengan membandingkan nilai angka probabilitas atau *Asymp. Sig (2-tailed)* dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5%. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% maka distribusi data adalah tidak normal. Dan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% maka distribusi data adalah normal.

Tabel 5: Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,840

Sumber: Data diolah ,2022

Berdasarkan tabel pengujian diatas diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,840 > 0,05. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6: Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
Pendidikan Kewirausahaan	0,715	1,398
Media Sosial	0,715	1,398

Sumber: Data diolah, 2022

Suatu variabel memiliki masalah multikolinearitas jika nilai VIF nya lebih besar dari 10. Hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan uji VIF berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa dari semua variabel bebas yang ada yaitu variabel pendidikan kewirausahaan dan media sosial memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari nilai 10. Selain itu, tidak adanya masalah multikolinearitas pada variabel ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang memiliki nilai lebih besar taraf tolerance 10 % (0,10). Sehingga variabel tersebut tidak mengandung masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gejala heteroskedastisitas terjadi jika nilai taraf signifikan t (*sig_t*) lebih kecil dari taraf signifikan yang digunakan sehingga untuk menghindari adanya gejala heteroskedastisitas

diharapkan taraf signifikan yang diperoleh lebih besar dari taraf signifikan yang digunakan. Taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah taraf signifikan 0,05 (taraf kesalahan 5%).

Tabel 7: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	T	Sig.
(Constant)	-,433	0,667
Pendidikan Kewirausahaan	-,211	0,834
Media Sosial	1,327	0,189

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji glesjer pada tabel 6 menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai taraf signifikan yang lebih besar dari 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1(sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang terbebas dari autokorelasi. Pendekatan yang sering digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi adalah uji *Durbin-Watson (DW test)*. Syarat data agar lulus dari uji autokorelasi adalah $du < d < 4 - du$.

Tabel 8: Hasil Uji Autokorelasi dengan *Durbin-Watson*

Model	<i>Durbin-Watson</i>
1	2,094

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil pengujian asumsi autokorelasi dengan metode *Durbin-Watson* pada tabel diatas, didapat DW (d) sebesar 2.146 yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi karena syarat bebas autokorelasi telah terpenuhi yaitu $dU (1.6581) < d (2.094) < 4-dU (2.3419)$.

Regresi Linear Berganda

Tabel 9: Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	3,918	3,469	1,129	,263
Pendidikan Kewirausahaan	,533	,089	6,008	,000
Media Sosial	,109	,092	1,188	,239

Sumber: Data diolah, 2022

Dari nilai-nilai koefisien di atas, dapat disusun persamaan regresi berganda sebai berikut:

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

$$Y = 3,918 + 0,533X_1 + 0,109X_2 + e$$

Dimana:

- 1) $a = 3,918$ artinya apabila (X_1) dan (X_2) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali ($= 0$) maka (Y) adalah sebesar 3,918.
- 2) $b_1 = 0,533$ artinya apabila variabel (X_1) pendidikan kewirausahaan naik 1 (satu) satuan dan (X_2) media sosial tetap, maka variabel (Y) minat berwirausaha akan naik sebesar 0,533 satuan.
- 3) $b_2 = 0,109$ artinya apabila (X_2) media sosial naik 1 (satu) satuan dan (X_1) pendidikan kewirausahaan tetap maka (Y) minat berwirausaha akan naik sebesar 0,109 satuan.
- 4) $e = 0$

Pengujian Hipotesis H1 dan H2 dengan Uji t

Pengujian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) berdasarkan hasil regresi dapat dilihat pada tabel berikut.

Kriteria pengujian hipotesis secara parsial berdasarkan tabel 9: Uji t memiliki hasil sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- 2) Jika nilai sig $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

$$t \text{ tabel: } t (a/2; n-k-1) = t (0,025; 60) = 2,000$$

Hipotesis 1 : t hitung (6,008) $> t$ tabel (2,000), dan nilai sig variabel (X_1) pendidikan kewirausahaan sebesar 0,000 $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti variabel (X_1) pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) minat berwirausaha.

Hipotesis 2 : t hitung 1,188 $< t$ tabel 2,000, dan nilai sig (X_2) media sosial sebesar 0,239 $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 di tolak yang berarti variabel (X_2) media sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) minat berwirausaha.

Pengujian Hipotesis H₃ dengan Uji F

Uji simultan atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh variabel pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap variabel minat berwirausaha. Uji f dilakukan dengan membandingkan f hitung dengan f tabel.

Tabel 10: Uji F

Model	F	Sig.
Regression	31,543	,000 ^b
Residual		
Total		

Sumber: Data diolah 2022

- 1) Jika nilai sig < 0,05 atau f hitung > f tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
- 2) Jika nilai sig > 0,05 atau f hitung < f tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

$$F \text{ tabel} = F (k : n-k) = F (2; 61) = 3,15$$

Hipotesis 3 : berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $31,543 > 3,15$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 pendidikan kewirausahaan dan X2 media sosial secara simultan terhadap variabel Y minat berwirausaha.

Koefisien Determinasi

Tabel 10: Hasil uji koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,716 ^a	,513	,496

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa korelasi antara variabel X1 dan X2 terhadap Y didapat nilai R hitung sebesar 0.716, artinya hubungan positif dan cukup antara faktor pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha. Dari output tersebut juga diperoleh koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0.513, artinya, pengaruh variabel pendidikan kewirausahaan (X1) dan media sosial (X2) terhadap minat berwirausaha (Y) sebesar 51,3%, dan 48,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yang diperoleh yaitu t hitung ($6,008$) > t tabel ($2,000$), dan nilai sig variabel (X1) pendidikan kewirausahaan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti variabel (X1) pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) minat berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan yang diterima mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang dinilai mampu mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara media sosial dengan minat berwirausaha oleh mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang. Hal ini berdasarkan hasil uji parsial dengan membandingkan t hitung $1,188 < t \text{ tabel } 2,000$, dan nilai sig media sosial sebesar $0,239 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha. Penggunaan media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal oleh mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang dalam berwirausaha. Responden menggunakan Media sosial hanya sebagai media berkomunikasi di dunia maya atau bersenang-senang serta berbagi informasi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Alfaruk (2016) bahwa mayoritas media sosial digunakan untuk menjalin relasi, pertemanan atau untuk bersenang-senang dan pamer.

Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha secara simultan berpengaruh positif signifikan, hal ini dapat dilihat dari hasil uji F diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $31,543 > 3,15$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh (X1) pendidikan kewirausahaan dan (X2) media sosial secara simultan terhadap variabel (Y) minat berwirausaha. Pengaruh variabel pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha sebesar 51,5%, dan 48,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis disimpulkan bahwa Pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha pada Politeknik Negeri Ujung Pandang. Pendidikan kewirausahaan memiliki peranan dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa melalui perolehan pengetahuan dan keterampilan wirausaha yang bersumber dari proses belajar mengajar selama pelaksanaan mata kuliah kewirausahaan. Hal ini tentunya tidak lepas dari peranan para dosen yang ikut andil dalam menciptakan suasana belajar mengajar yang nyaman dan efektif sehingga memberikan kemudahan pemahaman materi. Media sosial sebagai salah satu variabel lainnya tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini dimungkinkan bahwa kecenderungan mahasiswa menggunakan media sosial hanya sebatas berkomunikasi, bersenang-senang dan berbagi informasi. Namun kedua variabel tersebut yakni pendidikan kewirausahaan dan media sosial secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini mengungkapkan bahwa sebagian mahasiswa menyadari peluang berwirausaha melalui pemanfaatan media sosial.

Hasil penelitian ini memberikan gambaran pentingnya pendidikan kewirausahaan sehingga mahasiswa diharapkan bersungguh-sungguh dalam mengikuti mata kuliah kewirausahaan guna memperoleh pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan sehingga mampu membangun dan meningkatkan minat berwirausaha. Selain itu, mahasiswa juga diharapkan dapat memanfaatkan media sosial dalam berwirausaha dalam rangka memasarkan produk agar dapat dengan mudah dilihat oleh masyarakat luas secara umum dan terkhusus pada pengguna aktif media sosial.

Bagi perguruan tinggi dan dosen, diharapkan penelitian ini dapat menjadi tolok ukur pentingnya keberadaan mata kuliah kewirausahaan dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa namun secara pasti harus didukung oleh metode pengajaran yang baik. Dengan demikian penelitian ini diharapkan berguna untuk perbaikan dalam pelaksanaan proses belajar mengajar mata kuliah kewirausahaan. Dosen juga diharapkan dapat menjadi pihak yang memberi dukungan dan memotivasi mahasiswa untuk meningkatkan minat berwirausaha sehingga dapat mendorong mahasiswa untuk percaya pada potensi bisnis yang dimiliki.

Kemudian saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali faktor-faktor lain di luar apa yang telah diteliti yang juga dapat mempengaruhi minat berwirausaha, peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat lebih disempurnakan dengan menggunakan sumber yang semakin baru karena peneliti menyadari adanya keterbatasan sumber yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Dwi Riyanto. (2021). *Data Tren Pengguna Internet Dan Media Sosial Di Indonesia Tahun 2021*. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> (March 5, 2022).
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. (2021). *Berita Resmi Statistik*. Bps.Go.Id 19(27): 1–16.

- Badan Pusat Statistik. (2021). *Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Kelompok Umur 2019-2021*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/indicator/6/1180/1/tingkat-pengangguran-terbuka-berdasarkan-kelompok-umur.html> (February 27, 2022).
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan (Orang), 2020-2021*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/indicator/6/674/1/-pengangguran-terbuka-menurut-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan.html> (March 8, 2022).
- Bharata, Wira. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Motivasi Usaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo).” *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2(2), 98. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/capital/article/view/3985/2051>.
- Evaliana, Yulia. (2015). Pengaruh Efikasi Diri Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen, Vol 1*(1), 1-70. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpbm/article/view/1666>
- Hadyastiti, Gusti Ayu Made Niken, Ni Nyoman Ayu Suryandari dan Gde Bagus Brahma Putra. (2020). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Kharisma Vol 2*(2), 174–87. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/980/847>.
- Indraswati, Dyah, Vivi Rachmatul Hidayati, Nourma Pramestie Wulandari dan Mohammad Archi Mauliyda. (2021). “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 9(1): 17–34. <https://journal31.unesa.ac.id/index.php/jepk/article/view/9600>.
- Kodrati, Alexander Fabian, and Christina. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Manajemen Dan Bisnis Universitas Ciputra. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(5). <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1818/1440>.
- Mustofa, Muchammad Arif. (2014). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas Xi Smk Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman. Universitas Negeri Yogyakarta. <https://Eprints.Uny.Ac.Id/16081/1/Skripsi-Muchammad-Arif-10404244048-Pend.Ekonomi.pdf>.
- Novianto, Raka Dwi. (2022). *Data Terbaru Jumlah Penduduk Indonesia: 273 Juta*. iNews.id. <https://www.inews.id/news/nasional/data-terbaru-jumlah-penduduk-indonesia-273-juta-jawa-barat-terbanyak#:~:text=Jakarta%2C> iNews.id -Kementerian.juta tepatnya 273.879.750 jiwa (March 3, 2022).
- Prasetio, Tio. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents* 18(1), 35–46. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/serasi/article/view/1040/823>.
- Putri, Ni Luh Wahyuni Widya. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 137–148. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/19998>
- Ramadhani, Nova Tiara dan Ida Nurnida. (2017). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap

- Minat Ber-Entrepreneur. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 1(1), 89–97. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1515/pdf>.
- Sahroh, Aida Fatimatus. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 6(3), 208–15. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/25242/23132>.
- Sanchaya Hendrawan, Josia, and Hani Sirine. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* 02(03), 2477–3824. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/8971/7517>.
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. (2014). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2*. Edisi 2. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Susilawaty, Eka Astra. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prosiding 4th Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat 2020*, 4(1), 224–29. <http://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/snp2m/article/view/2357/2069>.
- Tyra, Maria Josephine dan Andreas Sarjono. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 18(1), 46–67. <https://journal.ukmc.ac.id>