
Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis Terhadap Minat Berwirausaha

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka)

Nining Kurniasih¹, Deni Istiono², dan Pupung Pamungkas³

¹Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas April Sumedang,

²Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka,

³Manajemen, FakultasEkonomi dan Bisnis Universitas Halim Sanusi

ABSTRAK

Peranan kewirausahaan dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan perekonomian suatu negara, salah satunya UMKM. Semakin baik UMKM suatu negara, maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi di negara tersebut. Dengan latar belakang rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Majalengka. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Majalengka yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan, dengan sampel sebanyak 100 orang. Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis untuk uji parsial menggunakan uji t dan uji simultan menggunakan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial berada dalam kategori sangat tinggi, motivasi berada dalam kategori tinggi, dan pengetahuan bisnis berada dalam kategori sangat tinggi. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, pemanfaatan media sosial, motivasi, dan pengetahuan bisnis berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Kata Kunci : Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi, Pengetahuan Bisnis, dan Minat Berwirausaha.

ABSTRACT

The role of entrepreneurship can have an influence on the economic improvement of a country, one of which is MSMEs. The better MSMEs in a country, the better the economic growth in that country. Against the background of low interest in entrepreneurship among students. This study aims to find out how the influence of Social Media Utilization, Motivation and Business Knowledge on Interest in Entrepreneurship in Students of the Faculty of Economics and Business, University of Majalengka. The method used is survey method with a verification descriptive approach. The population in this study were 6th and 8th semester students of the Faculty of Economics and Business, Majalengka University who had studied entrepreneurship courses, with a sample of 100 people. The instrument test used in this study is the validity and reliability test. The analytical tools used in this study are the classical assumption test, multiple linear regression analysis, analysis of the coefficient of determination and hypothesis testing for partial tests using the t test and simultaneous tests using the f test. The results showed that social media utilization was in the very high category, motivation was in the high category and business knowledge was in the very high category. The results of hypothesis testing show partially and simultaneously that social media utilization, motivation and business knowledge have a significant effect on entrepreneurial interest.

Keywords : Social Media Utilization, Motivation, Business Knowledge and Entrepreneurial Interest.

PENDAHULUAN

Ekonomi Indonesia pada tahun 2022 mengalami pertumbuhan dan kian membaik di tengah-tengah krisis global yang sedang terjadi di lihat dari triwulan I-2022 terhadap triwulan I-2021 tumbuh sebesar 5,01 persen (y-on-y). Dari sisi produksi, Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 15,79 persen. Sementara dari sisi pengeluaran, Komponen Ekspor Barang dan Jasa mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 16,22 persen. Sementara dari sisi pengeluaran, Komponen Ekspor Barang dan Jasa mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 16,22 persen. Selain itu banyaknya pelaku bisnis di Indonesia, 59,2 jutanya merupakan pelaku UMKM. Jumlah ini pun terus meningkat setiap tahunnya. Makanya tak heran apabila UMKM disebut sebagai penggerak ekonomi di Indonesia. Pasalnya, kontribusi UMKM terhadap pendapatan nasional mencapai 61,1 persen. (www.bps.co.id).

Penguatan kewirausahaan masuk RPJMN untuk memperkuat pertumbuhan ekonomi yang berkualitas. Untuk mendorong peningkatan rasio kewirausahaan butuh landasan hukum yang kuat. Oleh sebab itu telah disiapkan sebuah Peraturan Presiden atau Perpres. Ditargetkan pada 2024 Indonesia sudah memiliki rasio kewirausahaan di atas 3,9 persen. Ini angka yang cukup besar. Kemenkop dan UKM Menaruh perhatian terhadap peningkatan UMKM. Saat ini sedang merancang perpres, tengah menunggu proses pengundangan. Sehingga lebih jelas target melahirkan wirausaha baru di tanah air (Situmorang A.P, 2021).

Untuk bisa menjadi seorang wirausaha, seseorang harus memiliki Minat Berwirausaha yang tinggi. Menurut Purnomo dalam Josia (2017:297) Minat Berwirausaha merupakan sikap dalam berperilaku seseorang untuk berwirausaha dengan kemauan keras, percaya diri, jujur, tanggungjawab, disiplin, sabar dan kreatif. Sedangkan Slameto dalam Bety Anggraeni (2015:43) Minat Berwirausaha adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Diera Digital saat ini penggunaan teknologi sangat penting salahsatunya Pemanfaatan Sosial Media. Menurut Antony Mayfield dalam Prasetyo Wahyu Utomo (2017) Media sosial adalah media dimana penggunanya dengan mudah berpartisipasi didalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual world (dengan avatar/ karakter 3D), Menurut Mayfield Media Sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa, manusia biasa yang membagi ide, bekerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. Kehadiran teknologi ini pun telah memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk tetap dapat terhubung dengan siapapun diberbagai belahan dunia. Seseorang dapat dengan mudah menulis pesan, status, mengirim gambar, mengunggah video, mencari informasi hanya dengan membuat akun pada aplikasi yang ingin digunakan. Contoh media sosial yang sering digunakan diantaranya Path, Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube. Berdasarkan hasil Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reni dan Tio Prasetyo (2020) yang berjudul Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis dapat berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha, bahwa Pemanfaatan Sosial Media dapat mempengaruhi Minat Berwirausaha.

Selain Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi juga berperan penting menjadi seorang wirausaha. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Motivasi diartikan sebagai suatu dorongan dalam diri seseorang baik disadari atau tidak untuk melakukan suatu tindakan atau tujuan tertentu, selain itu Motivasi juga merupakan suatu usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok untuk melakukan kegiatan tertentu karena ingin mendapat kepuasan. Menurut Gerungan dalam Putri (2021:53), Motivasi merupakan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia tersebut melakukan sesuatu kegiatan.

Selain itu pengetahuan bisnis juga menjadi faktor yang sangat penting. Pengetahuan bisnis adalah semua informasi yang diperoleh dalam proses pelatihan dan pengalaman, yang digunakan sebagai pelatihan dan pemahaman, sehingga dapat mengarah pada kemampuan melihat risiko dan keberanian dalam menangani risiko-risiko ini. Pengetahuan bisnis adalah pengetahuan yang didapatkan dari

pengalaman dan pembelajaran (Qurratul Aini, Farah Oktafani 2020:152). Sedangkan Mardiyanto (2019) Pengetahuan kewirausahaan adalah ilmu tentang tanggapan peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan yang membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga produktif dan inovatif. Berdasarkan hasil Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reni dan Tio Prasetyo (2020) yang berjudul Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis dapat berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha, bahwa Pengetahuan Bisnis dapat mempengaruhi Minat Berwirausaha.

Faktor yang paling penting ialah Minat Berwirausaha, Ketika sudah bisa memanfaatkan sosial media dan memiliki motivasi yang tinggi serta pengetahuan bisnis yang bagus Minat Berwirausaha menjadi faktor utama bagi seseorang untuk berwirausaha. Menurut Rahayu dan Laela (2018) minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (self employed) atau menjalankan usahanya sendiri. Minat wirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan risiko yang akan dihadapi, belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. Minat Berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macam-macam risiko berkaitan dengan tindakan yang dilakukannya.

Minat Berwirausaha akan tumbuh jika menanamkan jiwa seorang wirausaha ke dalam diri seseorang, menumbuhkan jiwa seorang wirausaha bisa di latih dan di didik di dalam dunia Pendidikan salah satunya di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka.

Fakultas Ekonomika dan Bisnis merupakan Fakultas yang ada di Universitas Majalengka, Universitas Majalengka sendiri ialah Universitas terkemuka yang ada di Majalengka yang memiliki 7 fakultas, salah satunya ialah Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

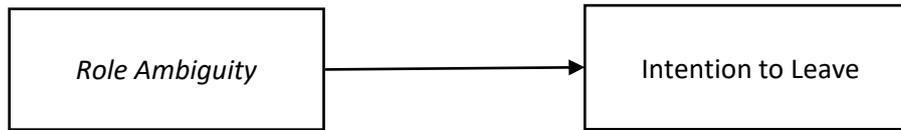
Dari hasil survey yang dilakukan dari bisa di simpulkan bahwa 94,3% mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis berminat untuk berwirausaha ini membuktikan bahwa Minat Berwirausaha cukup tinggi, sedangkan 5,7% mahasiswa tidak berminat untuk berwirausaha. Tingginya Minat Berwirausaha dikalangan mahasiswa yang akan menjadi dasar penelitian, apa yang menyebabkan mahasiswa berminat untuk berwirausaha sehingga peneliti membuat penelitian yang berjudul "Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka)".

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang dimuat yaitu bagaimana pengaruh pemanfaatan sosial media terhadap minat berwirausaha, pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha, pengaruh pengetahuan bisnis terhadap minat berwirausaha, dan bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial, motivasi dan pengetahuan bisnis terhadap minat berwirausaha. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan bisnis terhadap minat berwirausaha. Manfaat penelitian ini yaitu dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan teori dengan keadaan di lapangan, serta dapat dijadikan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Tinjauan Pustaka ditulis dalam bentuk paragraf mengalir yang berisi landasan teori yang ditampilkan dalam kalimat yang lengkap, ringkas, dan benar-benar relevan dengan pendahuluan, tujuan penelitian. Misalnya: menyatakan bahwa sumber potensial keunggulan kompetitif adalah kepemimpinan strategis yang efektif yang pada gilirannya berdampak pada inovasi (Hoskisson dan Hit, 2011:309).

Selain itu, peneliti juga harus mencantumkan hasil penelitian terdahulu sebagai dasar pengembangan hipotesis penelitian.



Gambar 1. Model Penelitian [Calibri, 11, normal, spasi 1]

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan yaitu penelitian survei dengan pendekatan deskriptif verifikatif kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel independen pada penelitian ini yaitu pemanfaatan sosial media, motivasi, dan pengetahuan bisnis. Sedangkan variabel dependen yaitu minat berwirausaha. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka sebanyak 338 mahasiswa. Sampel yang ditetapkan sesuai dengan perhitungan sebanyak 100 responden. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu kuisisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas dengan pertanyaan yang memuat skoring secara *skala likert*. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret-Juli 2023. Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif dan analisis verifikatif dengan penggunaan Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Berganda, dan Uji Koefisien Determinan. Selain itu, dilakukan Uji Hipotesis dengan menggunakan Uji t, dan Uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dengan menggunakan kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka yang menjalankan atau memiliki usaha sebanyak 100 orang. Dalam pendistribusian kuesioner, peneliti membagi responden ke dalam 3 (tiga) kategori yaitu berdasarkan program studi, semester dan usia. Dalam penelitian ini kuesioner disebar sebanyak 100 eksemplar dikarenakan menghindari adanya kerusakan kuesioner yang akan diisi oleh para responden dan kuesioner yang kembali, yaitu sebanyak 100 eksemplar. Kemudian dengan kuesioner yang dapat diolah sebanyak 100 eksemplar. Berikut rincian kuesioner ini ditunjukkan pada tabel :

Tabel 1. Tingkat Pengembalian Kuisisioner

Keterangan	Jumlah
Penyebaran kuisisioner	100
Kuisisioner kembali	100
Tingkat pengembalian kuisisioner	100%
Kuisisioner yang tidak diolah	0
Kuisisioner yang dapat dianalisis	100

1. Analisis Deskriptif

a. Tanggapan Responden Pemanfaatan Sosial Media

Variabel Pemanfaatan Sosial Media dapat diukur dengan 5 indikator diantaranya (1) Partisipasi, (2) Keterbukaan, (3) Komunikasi, (4) Saling terhubung dan (5) Kreativitas yang dipersepsikan dengan menggunakan 7 item pernyataan.

Dari data kuisisioner diatas, tanggapan penilaian responden Mahasiswa Universitas Majalengka terhadap Pemanfaatan Sosial Media diperoleh total skor sebesar 3.004, hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai Pemanfaatan Sosial Media termasuk kategori sangat tinggi.

b. Tanggapan Responden mengenai Motivasi

Variabel Motivasi dapat diukur dengan 8 indikator yaitu (1) Kebutuhan akan prestasi, (2) Pengambilan resiko, (3) Toleransi ketidakpastian, (4) Kepercayaan pada diri sendiri maupun orang lain, (5) Kepercayaan diri, (6) Kemerdekaan, (7) Keinginan yang kuat, dan (8) Kreativitas yang dipersepsikan

dengan menggunakan 8 item pernyataan. Untuk memperoleh gambaran secara terperinci maka disajikan hasil penelitian yang berupa tanggapan responden terhadap Motivasi pada Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Majalengka dalam tabel sebagai berikut :

Dari data kuesioner diatas, tanggapan penilaian responden Mahasiswa Universitas Majalengka terhadap Motivasi diperoleh total skor sebesar 3.592, hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai Motivasi termasuk kategori tinggi.

c. Tanggapan Responden mengenai Pengetahuan Bisnis

Variabel Pengetahuan Bisnis dapat diukur dengan 3 indikator (1) Sikap dan perilaku, (2) Menganalisis peluang bisnis, (3) Menganalisis aspek-aspek bisnis dan (4) Menyusun proposal untuk menganalisis aspek-aspek bisnis. yang dipersepsikan dengan menggunakan 4 item pernyataan. Untuk memperoleh gambaran secara terperinci maka disajikan hasil penelitian yang berupa tanggapan responden terhadap Pengetahuan Bisnis pada Minat Berwirausaha Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka dalam tabel sebagai berikut :

Dari data kuesioner diatas, tanggapan penilaian responden Mahasiswa/i Program studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka terhadap Pengetahuan Bisnis diperoleh total skor sebesar 1.747, hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai Pengetahuan Bisnis termasuk kategori sangat tinggi.

d. Tanggapan Responden mengenai Minat Berwirausaha

Variabel Minat Berwirausaha dapat diukur dengan 3 indikator (1) Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup, (2) Kenyakinan yang kuat, (3) Sikap jujur dan tanggung jawab, (4) Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha, (5) Pemikir yang kreatif dan konstruktif serta (6) Berorientasi ke masa depan dan berani mengambil resiko yang dipersepsikan dengan menggunakan 6 item pernyataan. Untuk memperoleh gambaran secara terperinci maka disajikan hasil penelitian yang berupa tanggapan responden terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka dalam tabel sebagai berikut :

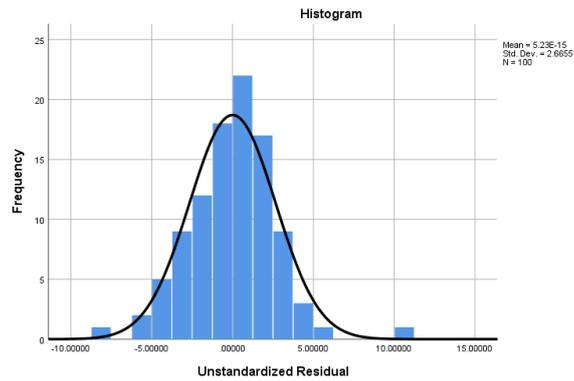
Dari data kuesioner diatas, tanggapan penilaian responden Mahasiswa Universitas Majalengka terhadap Minat Berwirausaha diperoleh total skor sebesar 2.435, hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai Minat Berwirausaha termasuk kategori tinggi.

2. Analisis Verifikatif

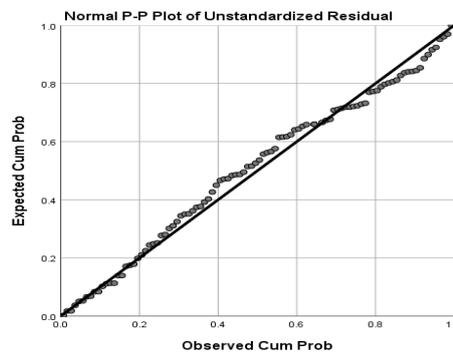
a. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Imam Ghozali 2018:154). Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) menggunakan bantuan program SPSS versi 25 untuk pengujian data dan sampel yang telah di dapat melalui kuesioner untuk grafik histogram dan uji normal P-Plot.

Berdasarkan table 13 di atas, menunjukkan bahwa besar nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,200 nilai tersebut > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal atau uji normalitas terpenuhi. Dalam penelitian ini selain menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S), pada uji normalitas data juga menggunakan grafik histogram dan grafik P-Plot.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Grafik P-Plot

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis). Uji multikolonieritas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 25, berikut adalah hasil uji multikolonieritas.

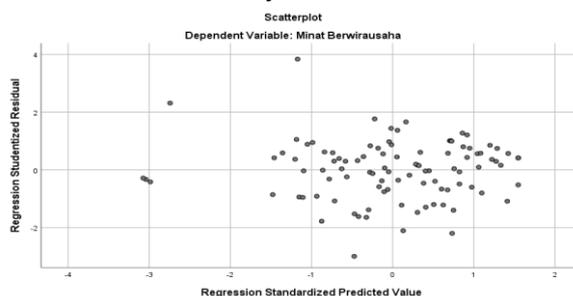
Tabel 14. Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a						
Model		Correlations		Collinearity Statistics		
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Pemanfaatan Sosial Media	.684	.256	.165	.433	2.309
	Motivasi	.734	.416	.285	.433	2.312
	Pengetahuan Bisnis	.602	.250	.161	.610	1.639

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil perhitungan dalam table 14 diatas, menunjukkan bahwa Pemanfaatan Sosial Media memiliki nilai VIF sebesar 2.309 dimana nilai tersebut < 10 dan nilai Tolerance sebesar 0.433 dimana nilai tersebut > 0,10. Motivasi memiliki VIF 2.312 dimana nilai tersebut < 10 dan nilai Tolerance 0.433 dimana nilai tersebut > 0,10. Pengetahuan Bisnis memiliki VIF 1.639 dimana nilai tersebut < 10 dan nilai Tolerance 0.610 dimana nilai tersebut > 0,10. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antara variabel independen dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik scatterplot pada gambar 4.3 diatas, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi Minat Berwirausaha terhadap Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka berdasarkan masukan variabel Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis.

Uji autokorelasi dilakukan menggunakan bantuan program SPSS 25 untuk menguji sampel dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test). Berikut adalah hasil uji autokorelasi :

Tabel 15. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.783 ^a	.613	.601	2.70684	1.845
a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Bisnis, Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi					
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha					

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS 25 pada tabel 15 diatas, didapat nilai d (Durbin-Watson) 1.845. Nilai dl dan du yang tertera di dalam tabel Durbin Watson untuk n = 100 dan k = 3 (jumlah variabel) adalah dl = 1.613 dan du = 1.736

Maka persamaan dalam penelitian ini yang sesuai dengan tabel adalah $du \leq dw \leq 4 - du$ dimana $1.736 \leq 1.845 \leq 2.264$ (4-1,736). Sehingga dapat disimpulkan bahwa dasar minatnya no decision artinya tidak terdapat autokorelasi negatif maupun positif.

b. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen Pemanfaatan Sosial Media (X1), motivasi (X2) dan Pengetahuan Bisnis (X3) terhadap variabel dependen Minat Berwirausaha (Y).

Tabel 16. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.304	1.766		.172	.864
	Pemanfaatan Sosial Media	.248	.096	.250	2.590	.011
	Motivasi	.350	.078	.433	4.483	.000
	Pengetahuan Bisnis	.339	.134	.206	2.528	.013

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis SPSS 25 diatas, maka didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0.304 + 0.248 X_1 + 0.350 X_2 + 0.339 X_3 + e$$

Dari persamaan diatas, maka disimpulkan bahwa :

- Konstanta dalam model regresi sebesar 0.304 dan bertanda positif. Ini berarti jika semua variabel bebas (Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis) memiliki nilai nol (0) maka nilai Minat Berwirausaha sebesar 0.304.
- Koefisien regresi Pemanfaatan Sosial Media (X₁) sebesar 0.248 dan bertanda positif. Artinya bahwa apabila semakin tinggi Pemanfaatan Sosial Media maka akan semakin tinggi Minat Berwirausaha.
- Koefisien regresi Motivasi (X₂) sebesar 0.350 dan bertanda positif. Artinya bahwa apabila semakin tinggi motivasi maka akan semakin tinggi Minat Berwirausaha.
- Koefisien regresi Pengetahuan Bisnis (X₃) sebesar 0.339 dan bertanda positif. Artinya bahwa apabila semakin tinggi Pengetahuan Bisnis maka akan semakin tinggi Minat Berwirausaha.

Nilai residual (e) artinya error bahwa kesalahan dalam memprediksi data sampel yang dilakukan oleh peneliti.

c. Analisis Koefisien Determinasi (r²)

Tabel 17. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial

Coefficients ^a						
Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Pemanfaatan Sosial Media	.684	.256	.165	.433	2.309
	Motivasi	.734	.416	.285	.433	2.312
	Pengetahuan Bisnis	.602	.250	.161	.610	1.639

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Untuk menghitung besarnya kontribusi strategi harga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas

Majalengka digunakan rumus koefisien korelasi sebagai berikut: Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, diperoleh $KD \times 100\%$, maka $(0.684)^2 \times 100\% = 46.78\%$ dengan demikian dapat diketahui bahwa kontribusi Pemanfaatan Sosial Media mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka adalah sebesar 46.78%.

Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, diperoleh $KD \times 100\%$, maka $(0.734)^2 \times 100\% = 53.87\%$ dengan demikian dapat diketahui bahwa kontribusi Motivasi mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka adalah sebesar 53.87%.

Pengaruh Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, diperoleh $KD = r^2 \times 100\%$, maka $(0.602)^2 \times 100\% = 36.24\%$ dengan demikian dapat diketahui bahwa kontribusi Pengetahuan Bisnis mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa/i Program Studi Manajemen dan Akuntansi semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka adalah sebesar 35.24%.

d. Analisis Koefisien Determinasi Simultan (r^2)

Tabel 18. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.783 ^a	.613	.601	2.70684	1.845	

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Bisnis, Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Besarnya pengaruh determinasi Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha yaitu sebesar 64.48% sisanya 35.52% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial antara Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian hipotesis parsial dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 25, sebagaimana telah disajikan pada tabel 4.21 berikut :

Tabel 19. Hasil Analisis Uji t

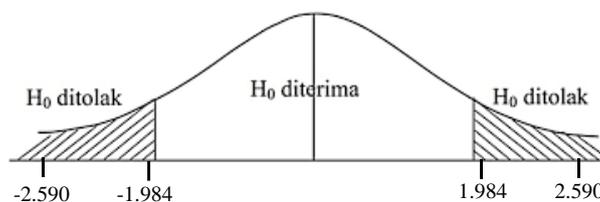
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.304	1.766		.172	.864
	Pemanfaatan Sosial Media	.248	.096	.250	2.590	.011
	Motivasi	.350	.078	.433	4.483	.000
	Pengetahuan Bisnis	.339	.134	.206	2.528	.013

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

$H_a : r \neq 0$: Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis secara parsial terhadap Minat Berwirausaha.

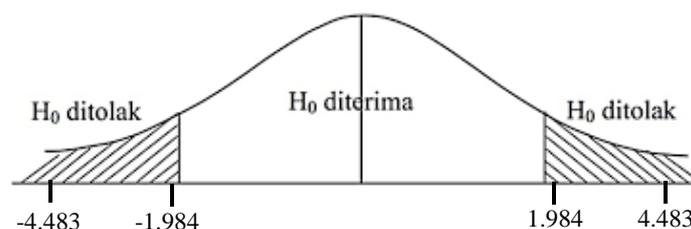
$H_0 : r = 0$: Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha.

Pada variabel Pemanfaatan Sosial Media diperoleh nilai thitung sebesar 2.590 bertanda positif dengan tingkat signifikansi 0.011. Pada derajat bebas (dk) = $n-k = 100-3 = 97$ dengan tingkat signifikansi 5% sehingga diperoleh nilai ttabel sebesar 1.984. Karena thitung $2.590 > 1.984$ dan nilai signifikansi $0.011 < 0.05$ maka H_0 ditolak. Hal ini berarti Pemanfaatan Sosial Media berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Dengan demikian hipotesis yang pertama (H_1) dapat dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan uji hipotesis tersebut maka digunakan kurva uji dua pihak seperti berikut:



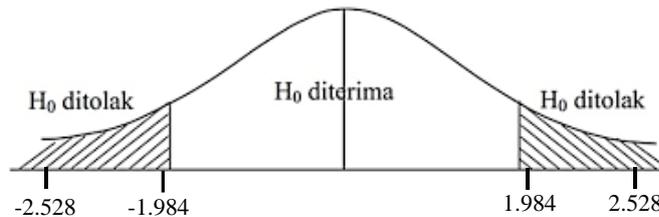
Gambar 4. Kurva Uji Dua Pihak secara Parsial Pemanfaatan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha

Pada variabel motivasi diperoleh nilai thitung sebesar 4.483 bertanda positif dengan tingkat signifikansi 0,000. Pada derajat bebas (dk) = $n-k = 100-2 = 98$ dengan tingkat signifikansi 5% sehingga diperoleh nilai ttabel sebesar 1,984. Karena thitung $4.483 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Hal ini berarti Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Dengan demikian hipotesis yang pertama (H_2) dapat dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan uji hipotesis tersebut maka digunakan kurva uji dua pihak seperti berikut:



Gambar 5. Kurva Uji Dua Pihak secara Parsial Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

Pada variabel Pengetahuan Bisnis diperoleh nilai thitung sebesar 2.528 bertanda positif dengan tingkat signifikansi 0,042. Pada derajat (dk) = $n-k = 100-2 = 98$ dengan signifikansi 5% sehingga diperoleh nilai ttabel sebesar 1,984. Karena thitung $2.528 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Hal ini berarti Pengetahuan Bisnis berpengaruh signifikansi terhadap Minat Berwirausaha. Dengan demikian hipotesis yang kedua (H_3) dapat dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan uji hipotesis tersebut maka digunakan kurva uji dua pihak seperti berikut:



Gambar 6. Kurva Uji Dua Pihak secara Parsial Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha

b. Uji Simultan (Uji F-Statistik)

Uji Simultan ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis) secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Minat Berwirausaha). Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS 25 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 20. Hasil Analisis Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1112.657	3	370.886	50.619	.000 ^b
	Residual	703.389	96	7.327		
	Total	1816.045	99			

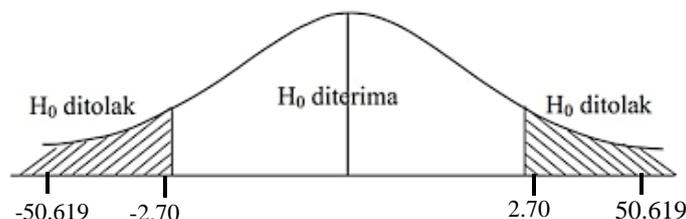
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Bisnis, Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi

$H_a : r \neq 0$: Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis secara simultan terhadap Minat Berwirausaha.

$H_o : r = 0$: Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 50.619 pada taraf signifikansi 5% dengan nilai profitabilitas (sig) = 0,000. Nilai F tabel pada taraf signifikansi 5% dengan $df=2$ adalah $df_1=n-k-1= 100 -3-1=96$ maka diperoleh nilai F tabel = 2.70. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada tingkat signifikansi 5% F hitung $50.619 > F$ tabel 2.70. Artinya H_0 ditolak, Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ke tiga dapat dibuktikan kebenarannya.



Gambar 7. Kurva Uji Dua Pihak secara Simultan Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha

1. Pembahasan Deskriptif

a. Pemanfaatan Sosial Media

Berdasarkan tanggapan responden mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis terhadap beberapa pernyataan mengenai Pemanfaatan Sosial Media menunjukkan bahwa jumlah skor jawaban responden tentang Pemanfaatan Sosial Media adalah 3.004 berada pada interval 2.940 – 3.500 dalam kategori sangat tinggi. dapat dilihat berdasarkan indikator indikator yaitu (1) Kebutuhan akan prestasi, (2) Pengambilan resiko, (3) Toleransi ketidakpastian, (4) Kepercayaan pada diri maupun orang lain, (5) Kepercayaan diri, (6) Kemerdekaan, (7) Keinginan yang kuat, dan (8) Kreativitas. Hal ini dikarenakan Pemanfaatan Sosial Media dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis sangat tinggi dengan berbagai kemajuan di dunia teknologi komunikasi yang membuat informasi mudah di dapat, selain itu mahasiswa telah bergantung dengan adanya media sosial yang menjadi sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain sehingga menginspirasi mahasiswa untuk berwirausaha.

Rata-rata nilai pada variabel Pemanfaatan Sosial Media sebesar 429, pernyataan tertinggi adalah pernyataan 3 (tiga) sebesar 453 yaitu Saya menggunakan fitur sosial media untuk berkomunikasi dengan orang lain, Artinya Pemanfaatan Sosial Media sangat berpengaruh dalam menentukan Minat Berwirausaha, bagaimanapun juga media sosial memiliki peran penting untuk berkomunikasi dan mencari informasi, ide serta trend terkini untuk bisa memulai berwirausaha, dengan berbagai inovasi dan kreativitas yang bisa di manfaatkan dalam media sosial ini berguna untuk membuat ide-ide serta membuat relasi seputar dunia bisnis, menurut Mahasiswa yang menggunakan media sosial untuk mendapatkan inspirasi berwirausaha, mencari produk untuk dijual kembali, mencari koneksi untuk bisnis online, mempromosikan usaha ternyata juga memiliki ketertarikan untuk memiliki usaha sendiri, memiliki ide bisnis, dapat mengatur keuangan, dan memiliki cita-cita menjadi wirausaha. Mahasiswa yang memiliki kecenderungan menggunakan media sosial untuk game, mengomentari postingan orang lain, mengunggah foto diri, silaturahmi bukan untuk prioritas usaha ternyata tidak memiliki ketertarikan dalam berwirausaha. Kenaikan pada tingkat pemanfaatan media sosial akan menyebabkan kenaikan pada minat mahasiswa untuk berwirausaha. Generasi muda dalam rentang 20-24 tahun dan 25-29 tahun merupakan pengguna internet yang paling dominan di Indonesia (Rahayu & Laela, 2018).

b. Motivasi

Berdasarkan tanggapan responden mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis terhadap beberapa pernyataan mengenai motivasi menunjukkan bahwa jumlah skor jawaban responden tentang motivasi adalah 3.592 berada pada interval 2.911-3.595 dalam kategori tinggi. Dengan indikator yaitu (1) Kebutuhan akan prestasi, (2) Pengambilan resiko, (3) Toleransi ketidakpastian, (4) Kepercayaan pada diri maupun orang lain, (5) Kepercayaan diri, (6) Kemerdekaan, (7) Keinginan yang kuat, dan (8) Kreativitas. Artinya sebuah dorongan yang mempengaruhi tingkah laku mahasiswa untuk memutuskan berwirausaha sudah tinggi. Motivasi dikatakan tinggi karena akan melahirkan mahasiswa yang mempunyai tingkat prestasi yang tinggi, mahasiswa bisa mengambil resiko yang baik, kepercayaan diri yang timbul akan tinggi, berkeinginan yang sangat keras untuk mencapai tujuan dan juga mempunyai tingkat kreatifitas yang bagus.

Rata-rata nilai pada variabel motivasi sebesar 449, pernyataan tertinggi adalah pernyataan 7 (enam) sebesar 483 yaitu Seorang wirausaha harus mempunyai semangat yang tinggi dan mau berjuang untuk maju Artinya mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka memiliki semangat tinggi untuk menjadi seorang wirausaha, hal ini terjadi karena adanya dorongan dari berbagai pihak baik itu dosen, staf akademik maupun dari mahasiswa yang sudah terjun langsung ke dunia bisnis, hal ini yang menyebabkan semangat berwirausaha mahasiswa tinggi.

Pernyataan yang di bawah rata-rata yaitu dengan pernyataan 2 (dua) sebesar 447 yaitu "Saya berani membuka usaha walaupun terdapat resiko kegagalan". Artinya mahasiswa tidak berani membuka usaha walaupun terdapat resiko kegagalan karena pada dasarnya mahasiswa tidak ingin gagal dan tidak

semua pembisnis memiliki keberanian dalam mengambil resiko karena biasanya mereka akan melihat peluang terlebih dahulu jika dirasa peluang yang tersedia tidak memiliki dampak yang baik untuk kelangsungan usahanya mereka akan cenderung tidak melanjutkan usahanya. Kemudian pernyataan 1 (satu) sebesar 444 yaitu “Memiliki Prestasi dapat menjadi bekal untuk bersaing di dunia usaha”. Artinya tidak hanya memiliki prestasi saja yang menjadi bekal untuk bersaing di dunia usaha, memiliki pengalaman yang banyak dan jaringan yang luas pun bisa jadi bekal untuk bersaing di dunia usaha dan juga untuk bersaing di dunia usaha tidak bisa hanya mengandalkan memiliki suatu prestasi karena banyak faktor lain yang harus dimiliki jika tertarik ke dalam dunia usaha diantaranya yaitu memiliki kemampuan berbisnis, memiliki kreatifitas yang unik, memahami dunia digital, karena dituntut untuk terus mengikuti perkembangan zaman sehingga memahami dunia digital sangat diperlukan dan memilih jenis usaha yang tepat. Lalu pernyataan 4 (empat) sebesar 434 yaitu “Lingkungan sekitar mempengaruhi tantangan dan potensi untuk sukses dalam berwirausaha”. Artinya tidak hanya lingkungan sekitar yang mempengaruhi tantangan dan potensi untuk sukses dalam berwirausaha, bisa juga do’a dari orang tua dan sukses berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh faktor lingkungan, tetapi ketika kita memiliki niat yang kuat maka strategi bisnis yang dijalankan pun akan berjalan. Karena ketika lingkungan mendukung untuk menjalankan suatu usaha tanpa di damping oleh niat yang kuat, usaha tersebut akan sia-sia. Dan Pernyataan pernyataan 6 (enam) sebesar 405 yaitu “Seorang wirausaha memiliki banyak waktu serta bertindak terbebas dari tekanan”. Artinya mahasiswa memiliki Minat berwirausaha memang terbebas dari berbagai tekanan dan waktu, seorang wirausaha yang masih kuliah juga harus bisa membagi waktu antara kuliah dan berwirausaha. Hal ini tidak mudah karena harus menyesuaikan dengan jadwal kuliah yang ada, selain itu ada beberapa aturan yang harus di ikuti untuk menjadi seorang wirausaha yaitu dari segi pajak penghasilan yang harus di setor sesuai dengan ketentuan yang ada.

c. Pengetahuan Bisnis

Berdasarkan tanggapan responden mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis terhadap beberapa pernyataan mengenai pengetahuan bisnis menunjukkan bahwa jumlah skor jawaban responden tentang pengetahuan bisnis adalah 1.747 berada pada interval 1.680 – 2.000 dalam kategori sangat tinggi. Dengan indikator (1) Sikap dan perilaku bisnis, (2) Menganalisis peluang bisnis, (3) Menganalisis aspek-aspek bisnis dan (4) Menyusun proposal untuk menganalisis aspek-aspek bisnis. Artinya pengetahuan bisnis sangat penting untuk dipelajari sebelum memulai sebuah usaha. Pengetahuan bisnis berguna untuk membuat sebuah perencanaan yang baik serta berguna untuk memahami bagaimana kondisi pasar yang akan di tuju. Sebagai mahasiswa yang akan memulai berwirausaha pengetahuan bisnis sangatlah penting untuk bisa bersaing dan bertahan didunia usaha.

Rata-rata nilai pada variabel pengetahuan bisnis sebesar 436, pernyataan tertinggi adalah pernyataan 2 (dua) sebesar 447 yaitu Seorang wirausaha harus pandai membaca dan memanfaatkan peluang bisnis artinya seorang wirausaha harus bisa membaca situasi pasar yang sedang terjadi untuk bisa memanfaatkan peluang yang ada, seorang wirausaha haruslah jeli dengan adanya peluang sekecil apapun agar bisa bersaing serta mampu menciptakan situasi pasar yang menguntungkan.

d. Minat Berwirausaha

Berdasarkan tanggapan responden mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis terhadap beberapa pernyataan mengenai motivasi menunjukkan bahwa jumlah skor jawaban responden tentang motivasi adalah 2.435 berada pada interval 2.184-2.697 dalam kategori tinggi. Dengan indikator (1) Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup, (2) Keyakinan yang kuat, (3) Sikap jujur dan tanggung jawab, (4) Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha, (5) Pemikir yang kreatif dan konstruktif serta (6) Berorientasi ke masa depan dan berani mengambil resiko. Artinya memilih dua atau lebih alternatif dalam menentukan berbagai kemungkinan diantara situasi-situasi tidak pasti di masa mendatang mampu mempengaruhi mahasiswa untuk melakukan kegiatan berwirausaha sudah tinggi. Minat Berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka dikatakan tinggi karena faktor personal yang menjadi pendorong seseorang untuk berwirausaha seperti adanya ketidak puasan terhadap pekerjaan yang sekarang, adanya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) sehingga

tidak ada pekerjaan lain, dorongan karena faktor usia, berani menanggung resiko dan karena minat yang tinggi terhadap bisnis. Kemudian dari faktor environmental seperti adanya persaingan dalam dunia bisnis, memiliki tabungan atau modal dan juga bangunan yang lokasinya strategis, mengikuti pelatihan bisnis dan dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi dirinya ataupun orang lain. Lalu dari faktor sociological seperti mempunyai relasi yang luas, adanya dukungan dari orang tua dalam menjalankan bisnis dan memiliki pengalaman dalam dunia bisnis.

Rata-rata nilai pada variabel Minat Berwirausaha sebesar 405, pernyataan tertinggi adalah pernyataan 4 (empat) sebesar 435 yaitu "Saya memiliki sikap jujur dan tanggungjawab dalam berwirausaha". Artinya dengan adanya kejujuran dan tanggung jawab yang tinggi usaha yang dijalankan akan bersih dan teratur tanpa ada hambatan.

Pernyataan yang di bawah rata-rata adalah dengan pernyataan 1 (satu) sebesar 404 yaitu "Saya Memiliki Kemauan Keras Berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidup". Artinya mahasiswa tidak hanya ingin menjadi wirausaha karena ada juga yang berkeinginan untuk menjadi karyawan di sebuah perusahaan dan juga tidak semua mahasiswa yang memiliki usaha tujuannya untuk memenuhi kebutuhan hidup, mereka cenderung melakukan usaha untuk mengisi waktu luang dan mencari pengalaman di dunia usaha. Kemudian pernyataan 5 (lima) sebesar 394 yaitu "Saya mempunyai pemikiran yang kreatif untuk menemukan produk baru." Artinya mahasiswa tidak semuanya memiliki pemikiran kreatif karena ada juga mahasiswa yang memiliki pemikiran yang pikirannya mengikuti orang lain, karena kreativitas di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu melalui proses pembelajaran, kebiasaan, pengalaman dan tidak semua mahasiswa mengalami proses-proses tersebut sehingga masih ada mahasiswa yang merasa kesulitan dalam menciptakan produk baru. Dan pernyataan 3 (tiga) sebesar 381 yaitu "Saya mempunyai ketahanan fisik, mental, ketekunan dalam memulai usaha baru". Artinya tidak semua mahasiswa memiliki ketahanan fisik, mental, ketekunan dalam memulai usaha baru yang sama sehingga tidak semua mahasiswa mempunyai kemampuan yang sama dalam menjalankan wirausaha, ada juga yang menjadi wirausaha meneruskan usaha orang tuanya, sehingga di dalam diri mereka masih ada ketakutan dan rasa kurang percaya diri untuk menciptakan suatu bisnis yang baru.

2. Pembahasan Verifikatif

a. Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Pemanfaatan Sosial Media mempunyai kontribusi atau pengaruh terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa kontribusi Pemanfaatan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha sebesar 41.99% Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial, Pemanfaatan Sosial Media memiliki nilai thitung > ttabel yaitu sebesar thitung 2.590 > ttabel 1,984 dan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis pertama menyatakan bahwa Pemanfaatan Sosial Media berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha secara signifikansi dan dapat dibuktikan kebenarannya. Artinya Pemanfaatan Sosial Media menjadi faktor pendorong peningkatan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, apabila Pemanfaatan Sosial Media yang dimiliki tinggi maka Minat Berwirausaha pun akan tinggi.

b. Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Motivasi mempunyai kontribusi atau pengaruh terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa kontribusi Motivasi terhadap Minat Berwirausaha sebesar 53,87%. Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial, Motivasi memiliki nilai thitung > ttabel yaitu sebesar thitung 4.483 > ttabel 1,984 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis pertama menyatakan bahwa Motivasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha secara signifikansi dan dapat dibuktikan kebenarannya. Artinya Motivasi menjadi faktor pendorong peningkatan Minat Berwirausaha pada mahasiswa Universitas Majalengka, apabila Motivasi yang dimiliki tinggi maka Minat Berwirausaha pun akan tinggi.

Dalam penelitian ini Motivasi terbukti dapat mempengaruhi Minat Berwirausaha. Hal ini berarti indikator yang digunakan dalam mengukur motivasi yang terdiri dari kebutuhan akan prestasi, pengambilan risiko, toleransi ketidakpastian, kepercayaan pada diri sendiri maupun orang lain, kepercayaan diri, kemerdekaan, keinginan yang kuat dan kreativitas. Dengan demikian Motivasi dapat mempengaruhi Minat Berwirausaha. Semakin tinggi Motivasi maka akan semakin tinggi pula Minat Berwirausaha mahasiswa Universitas Majalengka.

c. Pengaruh Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Pengetahuan Bisnis mempunyai kontribusi atau pengaruh terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa kontribusi Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha sebesar 35.24%. Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial, Pengetahuan Bisnis memiliki nilai thitung > ttabel yaitu sebesar thitung 2.528 > ttabel 1,984 dan nilai signifikansi 0,013 < 0,05 maka H₀ ditolak, sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Pengetahuan Bisnis berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha secara signifikansi dan dapat dibuktikan kebenarannya. Artinya Pengetahuan Bisnis menjadi faktor pendorong peningkatan Minat Berwirausaha pada mahasiswa Universitas Majalengka, apabila Pengetahuan Bisnis yang dimiliki tinggi maka Minat Berwirausaha pun akan tinggi. Hasil penelitian ini konsisten didukung dengan penelitian yang dilakukan Jocia dan Hani (2017), yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

d. Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis mempunyai kontribusi atau pengaruh terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan koefisien determinasi simultan yang menunjukkan bahwa kontribusi Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha sebesar 61.30%. berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa hasil uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 50.619 pada taraf signifikansi 5% dengan nilai profitabilitas (sig) = 0,000. Nilai F tabel pada taraf signifikansi 5% dengan df=2 adalah df₁=n-k-1= 100-2-1=97 maka diperoleh nilai F tabel = 2.70. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada tingkat signifikansi 5% Fhitung 50.619 > F tabel 2.70. Artinya H₀ ditolak, Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ke tiga dapat dibuktikan kebenarannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hasym Alfaruk (2016) menyatakan bahwa variabel Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan kewirausahaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha, hal ini terlihat dari nilai F hitung yang dihasilkan sebesar 5,587 lebih besar F tabel sebesar 2,65 dengan nilai signifikansi 0,0.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka mengenai Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Sosial Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Artinya semakin tinggi Pemanfaatan Sosial Media maka semakin tinggi pula Minat Berwirausaha.
2. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Artinya semakin tinggi Motivasi berwirausaha maka akan semakin tinggi pula Minat Berwirausahanya.
3. Pengetahuan Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Artinya semakin tinggi Pengetahuan Bisnis maka akan semakin tinggi pula Minat Berwirausahanya.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan adalah :

1. Variabel Pemanfaatan Sosial Media berada pada kategori sangat tinggi. Skor di bawah rata-rata yaitu dengan pernyataan “Sosial media menyediakan informasi detail mengenai rincian foto yang di posting, kategori, komentar dan pesan yang masuk”. Sehingga peneliti menyarankan agar para mahasiswa lebih selektif lagi dalam mencari informasi di media sosial agar mendapatkan informasi yang detail dan valid kebenarannya. Kemudian pernyataan “Saya selalu mengikuti trend terbaru yang sedang diperbincangkan di media sosial”. Sehingga peneliti menyarankan agar para mahasiswa untuk lebih berhati-hati dan lebih selektif dalam mengikuti trend yang sedang berlangsung karena tidak semua trend bernilai positif. Dan pernyataan “Kemudahan bersosialisasi dan berinteraksi dengan sosial media membuat saya termotivasi untuk berwirausaha”. Sehingga peneliti menyarankan agar para mahasiswa untuk menggunakan sosial media kearah yang positif misalnya mencari informasi atau konten-konten yang berhubungan dengan bisnis atau bisa membangun kreativitas agar para mahasiswa bisa termotivasi untuk berwirausaha.
2. Variabel Motivasi berada pada kategori tinggi. Skor di bawah rata-rata yaitu dengan pernyataan “Saya berani membuka usaha walaupun terdapat resiko kegagalan”. Sehingga peneliti menyarankan agar para mahasiswa untuk terus belajar sehingga menumbuhkan rasa percaya diri untuk membuka usaha tanpa ada keraguan atau takut gagal. Kemudian pernyataan “Memiliki Prestasi dapat menjadi bekal untuk bersaing di dunia usaha”. Sehingga peneliti menyarankan agar para mahasiswa bisa menumbuhkan niat dan tekad yang kuat untuk membuka usaha yang dibarengi dengan prestasi untuk mendukung usaha tersebut. Lalu pernyataan “Lingkungan sekitar mempengaruhi tantangan dan potensi untuk sukses dalam berwirausaha”. Sehingga peneliti menyarankan agar para mahasiswa tidak terlalu fokus kepada lingkungan sekitar untuk memulai suatu usaha karena dengan tekad, niat dan semangat yang kuat usaha yang dibangun akan berjalan dengan sendirinya dan lingkungan akan mendukung dengan seiring berjalannya waktu. Dan Pernyataan pernyataan “Seorang wirausaha memiliki banyak waktu serta bertindak terbebas dari tekanan”. Sehingga peneliti menyarankan kepada para mahasiswa untuk terus memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin dan terus belajar untuk menjalankan suatu usaha karena seiring berjalannya waktu tantangan pasti ada, apalagi jika baru memulai suatu usaha. Maka dari itu, membuka usaha harus dibarengi dengan ilmu dan mental yang kuat.
3. Variabel Pengetahuan Bisnis berada pada kategori sangat tinggi. Skor di bawah rata-rata yaitu dengan pernyataan “Penganalisaan rencana aspek-aspek usaha kunci utama dalam berwirausaha”. Sehingga peneliti menyarankan agar para mahasiswa untuk terus belajar mengenai aspek-aspek usaha ketika akan memulai suatu usaha. Kemudian pernyataan “Penyusunan Proposal bisnis harus sesuai dengan keadaan sebenarnya”. Sehingga peneliti menyarankan agar lebih memperhatikan mengenai penyusunan proposal bisnis yang baik dan benar. Dan pernyataan “Menjadi wirausaha yang baik berawal dari sikap dan perilaku”. Sehingga peneliti menyarankan agar para mahasiswa apalagi yang akan melakukan suatu bisnis untuk lebih memperhatikan sikap dan perilaku karena ketika kita membuka bisnis kemudian sikap dan perilaku kita baik akan menjadi point tambahan untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik kepada bisnis kita.
4. Responden dalam penelitian dapat lebih diperluas tidak hanya pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka tapi bisa pada mahasiswa lain di Kabupaten Majalengka atau luar daerah. Sehingga hasilnya dapat mencerminkan keadaan yang lebih luas.
5. Untuk penelitian selanjutnya, terdapat berbagai faktor yang diduga dapat mempengaruhi Minat Berwirausaha yang belum dapat diteliti pada penelitian ini. Maka dari itu disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain dalam variabel Minat Berwirausaha bukan hanya Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Ahdiat. 2022. Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya? Retrieved from Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?: <https://databoks.katadata.co.id>
- Anwar Sanusi. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan keenam*. Jakarta : Salemba Empat
- Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi revisi. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Aulia Mutiara Hatia Putri. 2023. *Jumlah UMKM Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi 'Tameng' Resesi*. Retrieved from CNBC Indonesia.com: <https://www.cnbcindonesia.com>
- Bayu Ilham Pradana dan Rini Safitri. 2020. *Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Mental Wirausaha Terhadap Minat Wirausaha*. 16, 2614-3437
- Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil. 2022. *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Retrieved from Open Data JABAR : <https://opendata.jabarprov.go.id>
- Doris Ngozi Morah. 2018. Sosial Media Use and Entrepreneurship Development in Nigeria: Lagos and Onitsha in Focus. *International Journal of Advance Study and Research Work*.
- Eva Risqita Listya Sari dan Dyah Pravitasari. 2022. *Pengaruh Presepsi E-Commerce, Pengetahuan Bisnis, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha di Pandemi Covid-19*. Riset & Jurnal Kuntansi, 6, 2546-7507.
- Fiska Rahma. 2019. *Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha*. Skripsi Manajemen
- Hawik Ervina Indoworo. 2016. Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika UPGRIS (Volume 2 Nomor 1)*.
- Husein Umar. 2019. *Metode untuk Penelitian Usulan Penelitian dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Garfindo Persada.
- Imam Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip.
- Irham Fahmi. 2014. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Josia Sanchaya H dan Hani Sirine. 2017. *Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan*. Jurnal AJIE. Vol. 02 No 03
- Kinanti Hanifati dan Ari Pradhanawati. 2017. *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha*.
- Kuesioner Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK | Nurleni - OKU Sumatera Selatan - Academia.edu
- Laela. 2018. *Pengaruh Minat Berwirausaha dan Pemanfaatan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa*. Jurnal Pengembangan Wiraswasta.
- Made Dharmawati. 2016. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.