

Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa

Rendika Puput Yuniarin, Nanik Sumaryani, Retno Indah Sulistyorini

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Jl. Bhayangkara No. 55, Tipes, Kecamatan Serengan, Kota Surakarta, Jawa Tengah, 57154
Telp. (0271) 719552

rendikapuput@gmail.com

Abstrak

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta Tahun Akademik 2019/2020. Sampel yang diambil dengan menggunakan metode purposive sampling berjumlah 30 mahasiswa. Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Analisa data menggunakan software SPSS Versi 25 dengan analisis korelasi dan regresi berganda. Data penelitian bersumber dari data primer. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel motivasi dalam penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan dan memiliki korelasi positif yang kuat terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi 0.000. Variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan memiliki korelasi positif yang kuat terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi 0.000. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi 0.000 dengan koefisien determinasi sebesar 72,1%.

Kata Kunci: motivasi penggunaan media sosial, pengetahuan kewirausahaan, minat berwirausaha

Abstract

This research aims to analyze the effect of motivation in the use of social media and entrepreneurial knowledge on the interest in entrepreneurship partially or simultaneously. The population of this study were students of the Faculty of Law and Business, Universitas Duta Bangsa Surakarta for the 2019/2020 academic year. Samples taken using purposive sampling method amounted to 30 students. This research method is quantitative. Data analysis using SPSS Version 25 software with correlation and multiple regression analysis. Research data sourced from primary data. The results of the study partially show that the motivational variable in the use of social media has a significant effect and has a strong positive correlation with interest in entrepreneurship with a significance value of 0.000. The entrepreneurial knowledge variable has a significant effect and has a strong positive correlation on interest in entrepreneurship with a significance value of 0.000. The results of the study simultaneously show that motivation in the use of social media and entrepreneurial knowledge has a significant effect on interest in entrepreneurship with a significance value of 0.000 with a coefficient of determination of 72.1%.

Keywords: motivation to use social media, entrepreneurial knowledge, interest in entrepreneurship

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Era digitalisasi mengubah segala aspek kehidupan menjadi lebih mudah dan terjangkau. Saat ini apapun bisa dikaitkan dengan digital terutama internet. Mulai dari bermain, belajar, membaca, berbelanja, mengikuti berita terbaru, bersosialisasi, hingga membuka usaha pun bisa melalui internet. Kemunculan internet memberikan perubahan secara revolusioner terhadap cara hidup dan aktivitas manusia sehari-hari. Melalui internet, setiap orang dapat mengakses ke dunia secara global untuk memperoleh berbagai informasi yang mereka butuhkan dalam segala kebutuhan sehari-harinya (Kurniawan, 2016).

Diperoleh data dari sumber berita Jakarta, Ditjen Aptika – Tahun 2021 pengguna internet di Indonesia meningkat 11 persen dari tahun 2020, yaitu dari 175,4 juta menjadi 202,6 juta pengguna. Peningkatan tersebut perlu diimbangi pemahaman beraktivitas di ruang digital yang baik. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa. Artinya 78% penduduk Republik Indonesia telah merasakan akses ke dunia maya. Seperti pada tampilan gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2021.

Banyaknya pengguna media sosial merupakan suatu fenomena tersendiri di era digital saat ini. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak profit sebuah bisnis. Ditengah maraknya pengguna internet dari tahun ke tahun, semakin *banyak* pula bisnis yang telah dirintis melalui media sosial. Entah itu melalui Blog, Twiter, Instagram, TIKTOK, KasKus, Facebook, You Tube maupun melalui fitur-fitur di smartphone seperti aplikasi WhatsApp Messenger. Media sosial memberikan terobosan untuk merubah pola pikir di lingkungan mahasiswa Fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta untuk menjadi seorang wirausaha. Berwirausaha menjadi salah satu profesi ketika lulus dari perguruan tinggi dan mempermudah untuk memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang lainnya itu menggunakan internet (Rahayu & Laela, 2018). Menurut Ratnawati & Kuswardani (2010) motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi.

Faktor yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha adalah Motivasi dalam menggunakan media sosial. Motivasi sebagai salah satu faktor pendukung penting yang dapat *mendorong* keberanian seseorang untuk memutuskan berwirausaha sangat dibutuhkan dalam diri seorang mahasiswa (Prasetio, 2020). Motivasi yang dimaksudkan di sini adalah motivasi intrinsik yaitu motivasi yang timbul dalam diri individu mahasiswa itu sendiri. Untuk dapat menggunakan media sosial sebagai perantara dan alat dalam menjalankan minat berwirausahanya. Sehingga berani merubah pola pikir ke arah digitalisasi dalam memasarkan produk untuk menjadi seorang wirausaha. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh yang signifikan antara tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha (Kurniawan, 2016). Selain motivasi, pengetahuan kewirausahaan menjadi faktor lain yang dapat menumbuhkan minat seorang dalam berwirausaha. Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan. Untuk menjadi wirausaha yang sukses diperlukan perencanaan bisnis yang matang dan berani untuk mengambil risiko yang akan terjadi dalam menjalankan bisnis tersebut. Kewirausahaan selalu berkaitan dengan faktor individu, karena dalam menekuni dunia wirausaha tidaklah semudah yang dibayangkan. Diperlukan suatu pengetahuan khusus yang dimiliki oleh pemilik usaha tentang kewirausahaan untuk menggarungi persaingan antar wirausahawan lain, situasi yang tidak menentu, keharusan untuk menjalin hubungan baik dengan banyak orang sebagai relasi bisnisnya (Hanifati, 2017).

1.2 Identifikasi Masalah

1. Belum adanya motivasi mahasiswa dalam menggunakan media sosial dalam pola pikir berbisnis.
2. Meningkatnya jumlah pengangguran, dalam konteks ini yang berasal dari Diploma dan Sarjana.
3. Penggunaan media sosial yang belum maksimal dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha secara parsial maupun simultan.

2. Metodologi

2.1 Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan statistik yaitu metode penelitian kuantitatif. Metode ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha secara parsial maupun simultan.

2.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari variabel dependen minat berwirausaha (Y) dan variabel independen yang terdiri dari variabel motivasi dalam penggunaan media sosial (X1) dan pengetahuan kewirausahaan (X2) untuk mengungkapkan permasalahan dalam penelitian ini digunakan bukti empirik. Sedangkan subjek penelitiannya adalah mahasiswa Fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta prodi Manajemen.

2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta Prodi Manajemen yang memiliki

pengetahuan mengenai perencanaan bisnis. Dalam penelitian ini tipe sampling yang digunakan yaitu purposive Sampling karena dimana pengambilan anggota sampel tersebut dilakukan dengan berbagai kriteria, yaitu

- 1) sample adalah mahasiswa aktif Fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta,
- 2) sample adalah mahasiswa yang sudah mendapatkan materi perencanaan bisnis,
- 3) sample adalah mahasiswa yang sudah mendapatkan teori mengenai kewirausahaan.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Kuesioner atau angket yang berupa pertanyaan yang diberikan kepada responden yaitu mahasiswa yang sedang mengambil mata kuliah pengetahuan bisnis di Fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta.

2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala interval dimana pengukuran menggunakan instrumen sikap dengan skala Likert berbentuk checklist dengan skala Likert 5 poin yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1). Selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 25. Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu motivasi dalam penggunaan media sosial (X1) dan pengetahuan kewirausahaan (X2) memengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terikat, yaitu minat berwirausaha (Y). Bentuk matematisnya adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = minat berwirausaha

b_0 = konstanta

b_1 = koefisien regresi variabel motivasi dalam penggunaan media sosial

b_2 = koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan

X1 = motivasi penggunaan media sosial

X2 = pengetahuan kewirausahaan

2.6 LANDASAN TEORI

Minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (self employed) atau menjalankan usahanya sendiri (Rahayu & Laela, 2018). 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 (Rahayu & Laela, 2018). Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macam-macam risiko berkaitan dengan tindakan yang dilakukannya (Rahayu & Laela, 2018). Sosial media adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (one to many) menjadi dialog (many to many) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten (Rahayu & Laela, 2018). Sosial media telah menjadi sangat populer karena memberikan kesempatan orang-orang untuk terhubung di dunia online dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis. Motif dapat diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat

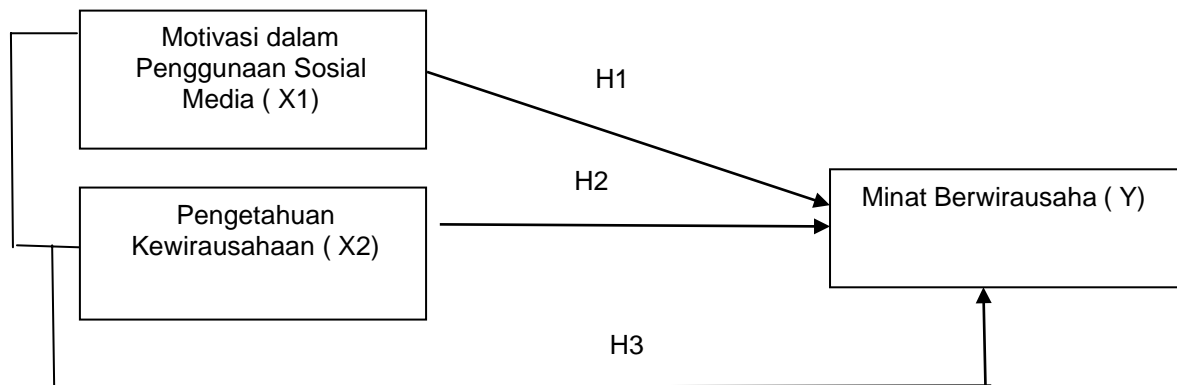
dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan (Handoko, 2012). Motivasi intrinsik bersumber dari dalam individu. Motivasi ini menghasilkan integritas dari tujuan-tujuan, baik tujuan organisasi maupun tujuan individu dimana keduanya dapat terpenuhi. Motivasi intrinsik menjadi pendorong kerja yang bersumber dari dalam diri pekerja sebagai individu, berupa kesadaran mengenai pentingnya pekerjaan yang dilaksanakan (Maulana, Fakhrian dan Djahur dan Mayoan, 2013) Pengetahuan terdiri dari pengetahuan langsung yaitu pengetahuan yang telah dimiliki oleh seorang wirausahawan sebelum ia menjadi seorang wirausaha serta pengetahuan tidak langsung yang diperolehnya dari berbagai pihak sebelum maupun saat ia telah menjadi seorang wirausaha (Hanifati, 2017). Pengetahuan kewirausahaan adalah mengelola seluruh elemen sistem berupa dokumen, basis data, kebijakan dan prosedur lengkap, beserta informasi tentang pengalaman, keahlian dan kecakapan sumber daya manusia secara individu maupun kolektif (Hanifati, 2017).

2.7 HIPOTESIS

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H1 = Motivasi dalam penggunaan media sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa
H2 = Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa

H3 = Motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan dalam gambar 2 di bawah ini, yaitu sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas instrumen dilakukan pada setiap butir pernyataan yang diuji validitasnya. Uji validitas ini dihitung dengan menggunakan SPSS Versi 26.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.614
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	63.536

Sphericity	df	15
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel 1 nilai KMO yang dihasilkan adalah sebesar 0,614 yang mana lebih besar dari 0,5 dan nilai Bartlett's Test of Sphericity signifikansinya sebesar 0,000 yang *mana* lebih kecil dari 0,5. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jumlah sampel yang digunakan sudah mencukupi untuk dianalisis.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap seluruh butir *pernyataan*. Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan reliabilitasnya yaitu apabila nilai r (Cronbach's alpha) lebih besar dari 0,60 maka instrument tersebut dikatakan reliabel. Namun apabila nilai r kurang dari 0,60 maka instrument tersebut tidak reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.728	6

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, Cronbach's Alpha yang dimiliki nilainya lebih dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan telah reliabel.

c. Statistik deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Deskripsi suatu data dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum.

Berikut merupakan hasil analisis statistik deskriptif dari variabel penelitian yaitu variabel motivasi penggunaan media sosial (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2), dan Minat berwirausaha (Y).

Tabel 3. Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
						Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
X1.1	30	3.00	5.00	4.1667	.53067	.192	.427	.459	.833
X1.2	30	2.00	5.00	4.0000	.58722	-1.095	.427	4.511	.833
JML X1	30	5.00	10.00	8.1667	1.01992	-.774	.427	2.965	.833
X2.1	30	3.00	5.00	4.1667	.46113	.670	.427	1.132	.833
X2.2	30	3.00	5.00	4.1333	.50742	.266	.427	.945	.833
JML X2	30	7.00	10.00	8.3000	.83666	.878	.427	.393	.833
Y1.1	30	2.00	5.00	3.8000	.61026	-1.834	.427	4.106	.833
Y1.2	30	3.00	5.00	4.1333	.50742	.266	.427	.945	.833
JML Y	30	5.00	10.00	7.9333	.90719	-1.050	.427	3.784	.833
Valid N (listwise)	30								

Berdasarkan hasil uji analisis statistik deskriptif pada tabel diatas dapat dikethau bahwa nilai standar deviasi dari semua instrumen penelitian atau item pertanyaan tidak ada yang lebih besar dari nilai rata-rata (mean). Disamping itu, nilai skewness pada setiap variabel penelitian ini cenderung bervariasi. Menurut teori nilai skewness yang berada pada rentang $-1 < n < 1$ menunjukkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal. Namun pada data penelitian ini terdapat variabel penelitian yang memiliki nilai skewness yang berada diluar rentang nilai tersebut, yaitu pada variabel X1.2 yang menunjukkan nilai -1,095, variabel Y1.1 yang menunjukkan nilai -1,834. Hal tersebut berarti bahwa variabel X1.2 dan Y1.1 memiliki distribusi data yang kurang normal.

Selain itu, terdapat nilai kurtosis yang pada penelitian ini menunjukkan nilai yang diluar rentang $-1 < n < 1$, nilai kurtosis yang berada diluar rentang nilai tersebut dianggap tidak reliabel. Berdasarkan data pada penelitian ini terdapat variabel yang memiliki nilai kurtosis diluar rentang nilai tersebut yaitu variabel X1.2 (4,511), X2.1 (1,132), dan Y1.1 (4,106). Menurut hasil pengolahan data variabel-variabel tersebut dinilai tidak reliabel. Hal tersebut terjadi karena sampel yang digunakan pada penelitian ini kurang dari 100 sampel, sehingga distribusi data cenderung tidak normal. Maka agar data mendekati distribusi normal, sampel penelitian perlu ditambah.

d. Uji asumsi klasik

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan VIF. Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Pada penelitian ini hasil dari uji multikolinieritas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Jumlah X1	.967	1.034
	Jumlah X2	.967	1.034

a. Dependent Variable: Jumlah Y

Berdasarkan data pada tabel diatas, nilai tolerance variabel X1 dan X2 memiliki nilai sebesar 0,967, nilai tersebut tidak lebih besar dari 0,10, maka disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas pada variabel penelitian ini. begitu juga dengan nilai VIF pada variabel X1 dan X2 memiliki nilai yang sama yaitu sebesar 1,034. Nilai VIF ini menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 10, maka disimpulkan juga tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian ini. hal tersebut berarti bahwa variabel independen pada penelitian ini dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

2) Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan dengan melakukan beberapa pengujian yaitu White- test, breusch-pagan test, dan F test. Pengujian dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas pada penelitian ini. berikut disajikan data hasil analisis uji heterokedastisitas.

Tabel 5. White test

White Test for Heteroskedasticity^{a,b,c}		
Chi-Square	df	Sig.
14.744	5	.012

- a. Dependent variable: Jumlah Y
- b. Tests the null hypothesis that the variance of the errors does not depend on the values of the independent variables.
- c. Design: Intercept + X1 + X2 + X1 * X1 + X1 * X2 + X2 * X2

Berdasarkan hasil white-test diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,012 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka berdasarkan hasil dari uji ini disimpulkan bahwa terdapat heterokedastisitas pada penelitian ini.

Pengujian selanjutnya yaitu uji Breusch-Pagan yang disajikan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 6. Modified Breush-Pagan Test

Modified Breusch-Pagan Test for Heteroskedasticity^{a,b,c}		
Chi-Square	df	Sig.
4.092	1	.043

- a. Dependent variable: Jumlah Y
- b. Tests the null hypothesis that the variance of the errors does not depend on the values of the independent variables.
- c. Predicted values from design: Intercept + X1 + X2

Berdasarkan hasil uji modifikasi breusch-pagan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,043 yang mana hasil tersebut menunjukkan nilai yang kurang dari 0,05 yang berarti terindikasi adanya heterokedastisitas pada penelitian ini.

Tabel 7. Breusch-Pagan Test

Breusch-Pagan Test for Heteroskedasticity^{a,b,c}		
Chi-Square	df	Sig.
9.737	1	.002

- a. Dependent variable: Jumlah Y
- b. Tests the null hypothesis that the variance of the errors does not depend on the values of the independent variables.
- c. Predicted values from design: Intercept + X1 + X2

Berdasarkan hasil uji breusch-pagan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002 yang mana hasil tersebut menunjukkan nilai yang kurang dari 0,05 yang berarti terindikasi adanya heterokedastisitas pada penelitian ini. Hasil pengujian ini sejalan dengan hasil uji F untuk heterokedastisitas yang juga menunjukkan adanya indikasi heterokedastisitas pada penelitian ini yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi F test sebesar 0,045 (>0,05)

Tabel 8. Uji F untuk Heterokedastisitas

F Test for Heteroskedasticity ^{a,b,c}			
F	df1	df2	Sig.
4.422	1	28	.045

- a. Dependent variable: Jumlah Y
- b. Tests the null hypothesis that the variance of the errors does not depend on the values of the independent variables.
- c. Predicted values from design: Intercept + X1 + X2

Dari ketiga hasil pengujian selruuhnya menunjukkan hasil bahwa terdapat heterokedastisitas pada penelitian ini. hal tersebut berarti bahwa model ini tidak layak dipakai untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

e. Uji Regresi Linier berganda

1) Uji Koesfisien Determinasi (R-Squared)

Nilai koefisien determinasi (R square) menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependennya. Nilai R square adalah nol dsampai dengan satu. Apabila nilai R square semakin mendekati satu, maka variabel-variabel independen memberikan semua infomari yang dibutuhkan untuk mempresdiksi variasi variabel independen. Sebaliknya, semakin kecil nilai R square, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaksan variasi variabel dependen semakin terbatas. Berikut merupakan hasil dari pengujian koefisien determinasi.

Tabel 9. Uji KOefisien Determinasi (R Square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.519	.484	.65184

- a. Predictors: (Constant), Jumlah X2, Jumlah X1
- b. Dependent Variable: Jumlah Y

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R square yaitu sebesar 0,519, yang berarti bahwa nilai tersebut tidak terlalu mendekati nilai satu. Maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya tidak terlalu besar.

2) Uji F (Simultan Hipotesis)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Berikut disajikan hasil Uji F.

Tabel 10. Uji F (Simultan Hipotesis)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.395	2	6.197	14.585	.000 ^b
	Residual	11.472	27	.425		
	Total	23.867	29			

- a. Dependent Variable: Jumlah Y
- b. Predictors: (Constant), Jumlah X2, Jumlah X1

Pada data diatas dapat diketahui bahwa nilai F hitung yang dihasilkan adalah sebesar 14,585 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikasni ini lebih kecil dari 0,05, maka disimpulkan bahwa variabel independen (X1 dan X2) berpengaruh nyata secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

3) Uji T (Parsial Hipotesis)

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen dalam hal ini penggunaan media sosial (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2) terhadap variabel dependen yaitu Minat berwirausaha (Y).

Tabel 11. Uji T (Parsial Hipotesis)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.802	1.428			1.962	.060		
Jumlah X1	.643	.121	.723		5.328	.000	.967	1.034
Jumlah X2	-.014	.147	-.013		-.098	.922	.967	1.034

a. Dependent Variable: Jumlah Y

Hasil uji t menunjukkan bahwa:

1. Pengaruh variabel X1 (penggunaan media sosial) terhadap Y (minat berwirausaha)
Menurut hasil analisis data, variabel X1 menunjukkan hasil t hitung sebesar 5,328 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan kaidah pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antar variabel. Maka disimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha.
2. Pengaruh variabel X2 (Pengetahuan Kewirausahaan) terhadap Y (minat berwirausaha)
Menurut hasil analisis data, variabel X1 menunjukkan hasil t hitung sebesar -0,098 dengan signifikansi sebesar 0,922 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Berdasarkan kaidah pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang nyata antar variabel. Maka disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil dari penelitian data yang telah diperoleh diuji menggunakan software SPSS 26.0. Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel penelitian menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6, maka disimpulkan bahwa item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini dinyatakan reliabel atau handal. Selanjutnya dilakukan uji analisis statistik deskriptif yang hasilnya menunjukkan bahwa distribusi data yang digunakan pada penellitian ini dinilai kurang normal. Hal tersebut dikarenakan data sampel yang diambil terlalu sedikit.

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji regresi linier berganda. Uji multikolinieritas menunjukkan hasil bahwa variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,967 (lebih besar dari 0,1) dan nilai VIF sebesar 1,034 (lebih kecil dari 10), nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel penelitian tidak bersifat multikolonieritas sehingga dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Pada uji heterokedastisitas, penelitian ini dinilai bersifat heterokedastisitas setelah diuji dengan tiga jenis pengujian yaitu white test, breusch-pagan test, dan F test. Ketiga pengujian tersebut menunjukkan hasil yang sama yaitu terdapat heterokedastisitas pada variabel penelitian ini. hal tersebut berarti bahwa sebenarnya model penelitian ini tidak layak dipakai untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian terakhir yaitu uji regresi linier berganda yang terdiri dari tiga jenis pengujian yaitu uji koefisien determinasi, uji F dan uji T. dari uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya dinilai tidak terlalu besar. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai R square yang hanya sebesar 0,519 (52%), tidak terlalu besar namun juga tidak terlalu kecil.

Selanjutnya pengujian simultan hipotesis (uji F), dari pengujian ini diketahui bahwa variabel independen yang terdiri dari penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha. Akan tetapi pada pengujian secara parsial (uji T), hanya terdapat satu variabel independen saja yang berpengaruh pada variabel independen, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha para responden, berbeda halnya dengan pengetahuan kewirausahaan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial mampu merangsang setiap responden dalam menumbuhkan minat untuk melakukan suatu usaha atau bisnis, pengetahuan berwirausaha saja ternyata tidak cukup untuk menumbuhkan minat tersebut. Namun, orang yang sudah memiliki minat untuk berwirausaha entah itu karena rangsangan dari penggunaan sosial media tetap harus memiliki pengetahuan untuk memulai usahanya. Sehingga, terbukti dari hasil penelitian ini bahwa secara simultan penggunaan media sosial dan pengetahuan berwirausaha memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha setiap responden.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

1. Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel penelitian menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6, maka disimpulkan bahwa item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini dinyatakan reliabel atau handal.
2. Uji analisis statistik deskriptif yang hasilnya menunjukkan bahwa distribusi data yang digunakan pada penelitian ini dinilai kurang normal. Hal tersebut dikarenakan data sampel yang diambil terlalu sedikit
3. Uji multikolinieritas menunjukkan hasil bahwa variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini tidak bersifat multikolinieritas sehingga dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.
4. Pada uji heterokedastisitas, penelitian ini dinilai bersifat heterokedastisitas setelah diuji dengan tiga jenis pengujian yaitu white test, breusch-pagan test, dan F test. Ketiga pengujian tersebut menunjukkan hasil yang sama yaitu terdapat heterokedastisitas pada variabel penelitian ini.
5. Uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya dinilai tidak terlalu besar. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai R square yang hanya sebesar 0,519 (52%), tidak terlalu besar namun juga tidak terlalu kecil.
6. Uji F menyimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha.
7. Uji T menyimpulkan bahwa hanya terdapat satu variabel independen saja yang berpengaruh pada variabel independen, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha para responden, berbeda halnya dengan pengetahuan kewirausahaan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Daftar Pustaka

- Handoko, H. (2012). Sumber Daya Manusia dan Personalialia.EPFE UGM.
- Hanifati, K. (n.d.). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha. Dapertemen Administrasi Bisnis Falkutas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. 1-6.
- Kurniawan, Y. (2016). Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Maulana, F. d. (2013). Pengaruh Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik, dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank BTN Kinerja Karyawan Pada Bank BTN. 1689–1699.<https://doi.org/10.1017/CBO97811074>, 53(9).
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Media Sosial, Motivasi Interistik Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa. 18(1),35-46.
- Rahayu, E. S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. 20(3), 203.
- Astuti. (2014). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.
- Komer, A. (2010). Analisis Pemahaman Mahasiswa Tentang Bisnis Online Universitas Komputer Indonesia.
- Patmawati, E. (2017). Pelaksanaan Program Pendidikan Islami Enterprentur di Boarding School Man 2 Surakarta.
- Yuliana, T. (2016). Minat Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Bandung.