

# **PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN STAMBUK 2021**

**Canty Risa Arnar<sup>1)</sup>, Ivo Selvia Agusti<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Email : [canty.arnr@gmail.com](mailto:canty.arnr@gmail.com), [ivoselvia03@gmail.com](mailto:ivoselvia03@gmail.com)

## **Abstract**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Medan Angkatan 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, dan angket. Penulis menggunakan 73 populasi. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 73 mahasiswa dengan teknik total sampling. Kemudian, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Dengan teknik pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan serta menggunakan alat pengukur koefisien determinasi (R). Hasil penelitian yang dapat diketahui dari perolehan data statistik membuktikan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha. Pada tahap akhir melakukan uji hipotesis berupa uji t dan uji F yang diolah dengan bantuan aplikasi yang bernama SPSS versi 27. Perolehan hasil kegiatan penelitian memperlihatkan bahwa: (1) pengetahuan kewirausahaan memberikan pengaruh yang mengarah hasil positif dan juga hasil signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa, (2) media sosial memberikan pengaruh yang mengarah hasil positif dan juga hasil signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa, dan (3) pengetahuan kewirausahaan dan media sosial memberikan pengaruh yang mengarah hasil positif dan juga hasil signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa.

**Keywords: Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Minat Berwirausaha**

Article Information:

Received Date: 2 Januari 2025

Revised Date:

Accepted Date: 6 Januari 2025

## PENDAHULUAN

Wirausaha adalah individu yang berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha atau perusahaan, dengan potensi untuk meraih keuntungan atau mengalami kerugian. Mereka memerlukan kekuatan mental yang besar untuk menghadapi berbagai situasi, baik itu keberhasilan besar maupun kegagalan. Selain itu, wirausaha bertindak sebagai pencipta dan inovator perusahaan, mereka memiliki kemampuan unik untuk melihat perbedaan antar orang dan fenomena dalam kehidupan sehari-hari sebagai peluang dan tantangan yang bisa diolah menjadi keberhasilan bisnis. Dengan kejelian dan kreativitas, wirausaha mengubah ide-ide inovatif menjadi realitas yang menguntungkan dan berdampak luas (Kusnadi & Yulia, 2020). Minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau ketertarikan terhadap sesuatu.

Kemudian, menurut (Sari et al., 2022) Minat berwirausaha adalah keinginan dan ketertarikan seseorang untuk bekerja keras dalam upaya mendirikan usaha mandiri yang bertujuan memenuhi kebutuhan hidup. Orang tersebut memiliki kemauan kuat untuk menghadapi resiko dan belajar dari setiap kegagalan yang mungkin terjadi.

Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan ditemukan bahwa sebagian dari mahasiswa ini menunjukkan keinginan kuat untuk memasuki dunia wirausaha, sedangkan sebagian lainnya tampak kurang tertarik dengan jalur tersebut. Analisis lebih dalam mengungkap bahwa dari kelompok yang berminat berwirausaha, hanya sejumlah kecil yang terdorong oleh faktor eksternal seperti keinginan untuk meneruskan bisnis keluarga. Sementara itu, mayoritas lebih banyak digerakkan oleh keinginan untuk menciptakan dan mengelola usaha mereka sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengaruh keluarga berperan dalam membentuk minat berwirausaha, faktor pendorong utama bagi sebagian besar mahasiswa adalah aspirasi pribadi dan visi mereka terhadap kesuksesan yang mandiri. Di sisi lain, mahasiswa yang tidak tertarik berwirausaha mungkin merasa lebih nyaman dengan jalur karir yang lebih stabil. Ini bisa jadi karena kurangnya minat terhadap risiko yang seringkali dikaitkan dengan wirausaha atau karena belum

menemukan ide bisnis yang sesuai dengan minat atau keahlian mereka.

Selanjutnya, hanya 26,8% mahasiswa yang memiliki usaha pribadi dan sisa lainnya mahasiswa yang tidak memiliki usaha tetapi berminat berwirausaha. Untuk meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa diperlukan ilmu pengetahuan dalam kewirausahaan dan juga pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan minat berwirausaha. Mengenai pengetahuan kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan menunjukkan bahwa pemahaman mendalam tentang aspek-aspek kunci dalam berwirausaha dapat mempengaruhi minat mereka untuk terjun ke dalam bidang ini. Data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil dari mahasiswa yang merasa memiliki pemahaman yang cukup tentang elemen-elemen penting dalam mengelola dan memulai sebuah bisnis. Namun, hasil tersebut juga menunjukkan adanya kekurangan signifikan dalam pemahaman mahasiswa tentang aspek-aspek kunci dalam berwirausaha. Pada penggunaan media sosial sebagian besar mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai sarana hiburan, yang menunjukkan adanya pemisahan antara penggunaan pribadi dan profesional media sosial. Fakta ini menegaskan bahwa pengenalan tentang potensi media sosial untuk pengembangan bisnis masih perlu ditingkatkan dalam kurikulum atau program pendidikan kewirausahaan.

Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi celah pengetahuan dengan menawarkan wawasan baru tentang dinamika antara pengetahuan kewirausahaan, media sosial, dan pembentukan minat kewirausahaan, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pendidikan dan kewirausahaan yang lebih efektif di lingkungan akademis.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan kewirausahaan adalah pemahaman komprehensif tentang berbagai aspek dalam memulai dan mengelola usaha bisnis yang mencakup identifikasi peluang, pengembangan ide inovatif, perencanaan strategis, pengelolaan operasional, dan strategi

pertumbuhan bisnis (Suratno et al., 2020). Pengetahuan kewirausahaan mencakup pemahaman mendalam tentang bagaimana mengelola dan mengembangkan usaha, yang mencakup tidak hanya informasi yang diolah melalui proses berpikir tetapi juga ingatan dan pengalaman terkait dengan mengambil inisiatif bisnis. Esensi dari pengetahuan ini terletak pada kemampuan untuk menghadapi ketidakpastian dan mengambil keputusan yang berisiko dengan cara yang rasional dan logis, berdasarkan pemahaman yang solid tentang prinsip-prinsip bisnis (Slamet & Fitrianto, 2020). Pengetahuan kewirausahaan yang efektif dan holistik membutuhkan pendekatan yang lebih dinamis dan interaktif daripada sekadar pembelajaran teori konvensional dan diskusi kelas. Salah satu aspek penting yang seringkali ditekankan dalam pengetahuan kewirausahaan modern adalah pentingnya etika bisnis. Melalui pengajaran etika ini, mahasiswa diajarkan untuk menghargai nilai-nilai seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial dalam berbisnis, yang merupakan fondasi penting dalam membangun usaha yang tidak hanya sukses secara finansial tetapi juga berkelanjutan dan dihormati (Maryasih, 2022).

### Fungsi Pengetahuan Kewirausahaan

Ada beberapa peran dan fungsi keberadaan atau pengaruh ilmu kewirausahaan dalam mendukung arah pengembangan wirausahawan (Agus Susanti, S.E.M.M, 2021), antara lain :

1. Mampu memberi pengaruh semangat atau motivasi pada diri seseorang untuk bisa melakukan sesuatu yang selama ini sulit untuk ia wujudkan namun menjadi kenyataan.
2. Ilmu kewirausahaan memiliki peran dan fungsi untuk mengarahkan seseorang bekerja secara lebih teratur serta sistematis dan juga terfokus dalam mewujudkan mimpi-mimpinya.
3. Mampu memberi inspirasi pada banyak orang bahwa setiap menemukan masalah maka disana akan ditemukan ditemukan peluang bisnis untuk dikembangkan. Artinya setiap orang diajarkan untuk membentuk semangat "*solving problem*".
4. Nilai positif yang tertinggi dari peran dan fungsi ilmu kewirausahaan pada saat dipraktekkan oleh banyak orang maka angka pengangguran akan terjadi penurunan. Dan ini bisa memperingan

beban Negara dalam usaha menciptakan lapangan pekerjaan

### Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Adapun indikator pengetahuan kewirausahaan menurut (Suryana, 2016) adalah:

1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki/dirintis dan lingkungan usaha yang ada. Pemahaman tentang jenis usaha yang akan dijalankan sangat penting. Ini mencakup pengetahuan tentang produk atau layanan, target pasar, pesaing, dan dinamika lingkungan usaha.
2. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab. Pengetahuan ini juga mencakup tanggung jawab terhadap tim, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya, serta etika bisnis yang harus dijunjung.
3. Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri. Seorang wirausahawan harus memiliki pemahaman yang kuat tentang karakteristik pribadi yang mendukung kewirausahaan, seperti ketahanan, kreativitas, kemampuan mengambil risiko, dan keterampilan komunikasi. Pemahaman ini membantu dalam mengembangkan sikap yang dibutuhkan untuk bertahan dan berkembang dalam dunia bisnis.
4. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis. Mengelola bisnis memerlukan pemahaman mendalam tentang aspek-aspek manajemen, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Ini juga mencakup pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, pemasaran, serta pengaturan struktur organisasi yang efektif agar usaha dapat berjalan lancar dan berkelanjutan.

### Pengertian Media Sosial

Penggunaan media sosial di era modern ini telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, membuka pintu yang luas untuk berbagai bentuk interaksi sosial tanpa batasan ruang dan waktu. Penggunaan media sosial juga telah menciptakan peluang baru dalam

mengembangkan kreativitas dan ekspresi diri. Individu dapat membagikan karya atau pencapaian mereka, menerima umpan balik, dan berkolaborasi dengan orang lain yang memiliki minat serupa (Cahayani et al., 2022). Menurut (Madjid & Subuh, 2019) media sosial (medsos) telah merevolusi cara kita berkomunikasi, menghapus batasan geografis dan memungkinkan orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi hampir secara instan. Dengan media sosial, interaksi tidak lagi terbatas pada lingkup pribadi; sebaliknya, ia memfasilitasi pembentukan jaringan sosial yang luas, memperkaya pengalaman sosial kita dengan cara yang belum pernah ada sebelumnya.

### **Manfaat Penggunaan Media Sosial**

Media sosial memiliki manfaat besar dalam dunia bisnis, terutama dalam kewirausahaan:

- a. Promosi Produk: Platform seperti Instagram dan Facebook memungkinkan promosi yang lebih luas melalui konten visual menarik dan kolaborasi dengan influencer (Wardani, 2023).
- b. Iklan Berbayar: Memfasilitasi segmentasi pasar yang lebih spesifik, memungkinkan usaha kecil menjangkau pelanggan potensial secara efektif (Richadinata & Surya Astitiani, 2021)

### **Peran Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha**

Media sosial berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha melalui beberapa cara:

- a. Akses ke Pasar: Memfasilitasi pemasaran kreatif dan memungkinkan bisnis menjangkau pelanggan lebih luas (Joesyiana, 2019).
- b. Mendekatkan Perusahaan dengan Konsumen: Media sosial mempermudah komunikasi antara bisnis dan konsumen secara real-time, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

- c. Membangun Customer Engagement: Memungkinkan perusahaan menciptakan dialog berkelanjutan dengan konsumen, memperkuat ikatan emosional dan kesadaran merek.

### **Indikator Media Sosial**

Menurut Cavazza dalam Ismail (2014), terdapat lima indikator dalam penggunaan media sosial:

- a. Memberikan Informasi: Memudahkan calon wirausaha mendapatkan inspirasi dan wawasan bisnis dari pengusaha sukses.
- b. Efisiensi dan Efektivitas: Memungkinkan bisnis menargetkan pelanggan spesifik dengan lebih hemat biaya.
- c. Tempat Promosi Produk: Memfasilitasi peluncuran produk baru melalui kampanye kreatif.
- d. Menarik: Menyediakan konten interaktif dan personalisasi yang meningkatkan keterlibatan konsumen.
- e. Mengurangi Biaya: Mengurangi hambatan untuk memulai bisnis dengan biaya pemasaran yang lebih rendah

### **Minat Berwirausaha**

Minat berwirausaha adalah ketertarikan dan keinginan seseorang untuk memulai dan mengembangkan bisnisnya sendiri. Faktor-faktor seperti motivasi pribadi, pengenalan peluang, dan aspirasi untuk mencapai kemandirian ekonomi berperan dalam membentuk minat tersebut. Minat berwirausaha melibatkan lebih dari sekadar ketertarikan pasif; ia mencerminkan kesiapan individu untuk berkomitmen, menghadapi risiko, dan menciptakan solusi inovatif guna mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

## 1. Pengertian Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah dorongan intrinsik yang memotivasi seseorang untuk terlibat dalam penciptaan dan pengembangan bisnis. Ini melibatkan kemauan aktif untuk menghadapi tantangan dan risiko terkait usaha, serta keinginan untuk mencapai kemandirian, baik dalam aspek ekonomi maupun dalam pengambilan keputusan bisnis (Sari et al., 2022). Orang dengan minat berwirausaha menunjukkan dorongan kuat untuk berdirikan dan memiliki kontrol atas jalannya bisnis yang mereka kelola (Azizah, 2017).

## 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa terbagi menjadi dua, yaitu faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik mencakup aspek-aspek internal yang berasal dari dalam diri mahasiswa, seperti motivasi, cita-cita, dan perasaan yang mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha. Mahasiswa dengan motivasi tinggi umumnya memiliki keinginan untuk mencapai kemandirian finansial dan mewujudkan cita-cita melalui usaha mandiri. Selain itu, harapan akan pendapatan yang dihasilkan dari bisnis juga turut mendorong minat ini. Aspek lain yang penting adalah rasa percaya diri dan harga diri, di mana mahasiswa merasa bangga dan yakin atas kemampuan mereka dalam mengelola dan mengembangkan usaha (Eko Santoso et al., 2023). Sementara itu, faktor ekstrinsik mencakup pengaruh dari luar, seperti lingkungan keluarga dan masyarakat. Lingkungan keluarga dapat memberikan motivasi melalui tradisi bisnis keluarga atau harapan orang tua agar mahasiswa meneruskan usaha yang sudah ada. Selain itu, lingkungan sosial, termasuk jaringan teman dan norma sosial yang berlaku, juga dapat membentuk minat berwirausaha. Dukungan sosial ini bisa menjadi inspirasi, namun dalam beberapa kasus, norma sosial tertentu juga dapat menjadi hambatan bagi mahasiswa dalam mengambil

keputusan untuk berwirausaha (Jati et al., 2021). Dengan demikian, kombinasi antara faktor intrinsik dan ekstrinsik berperan penting dalam memunculkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan tepatnya di Jalan Williem Iskandar PasarV, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Kota Medan, Sumatera Utara. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Tahun Ajaran 2023/2024. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik total sampling karena jumlah populasi kurang dari 100 orang. Maka sampel diambil dari jumlah keseluruhan populasi yaitu sejumlah 73 mahasiswa. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Minat Berwirausaha. Adapun teknik pengumpulan data berupa angket sedangkan teknik analisis data menggunakan Uji Instrumen Penelitian, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu Pengetahuan Kewirausahaan (X1) dan Penggunaan Media Sosial (X2) berpengaruh terhadap variabel yaitu Minat Berwirausaha (Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Jurusan Ekonomi Universitas Negeri Medan. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan teknik analisis data diketahui bahwa terdapat faktor yang signifikan memberikan kontribusi untuk minat menjadi guru. Berikut Pembahasan masing-masing variabel penelitian.

### 1. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi variabel Pengetahuan Kewirausahaan sebesar 0,243. Nilai tersebut positif berarti menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan sejalan dengan variabel Y. Artinya apabila Pengetahuan Kewirausahaan (X1) mengalami kenaikan, maka Minat Berwirausaha (Y) akan mengalami kenaikan pula.

Pada uji hipotesis secara parsial (Uji t) diperoleh thitung 3,144 yang kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 1,666. Hal ini menunjukkan bahwa thitung > ttabel (3,144 > 1,666) dan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ , sehingga variabel Pengetahuan Kewirausahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Titik Haryanti (2023) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Politeknik Tunas Pemuda. Berdasarkan hasil riset serta ulasan yang telah di jalani, bisa ditarik kesimpulan kalau Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif serta penting pada minat 92 mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa Politeknik Tunas Muda. Perihal ini membuktikan kalau Pengetahuan Kewirausahaan yang

dililiki mahasiswa bisa meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dalam berwirausaha seorang mahasiswa harus mempunyai sikap kemandirian sebagai bentuk bahwa dirinya memiliki kemampuan untuk berdiri sendiri dan mengembangkan sesuatu yang sudah ada dengan cara diolah kembali menjadi hal baru yang dapat menghasilkan keuntungan. Salah satu faktor yang bisa mendorong diri untuk berwirausaha adalah sikap mandiri. Sikap mandiri akan membuat mahasiswa akan berfikir untuk tidak bergantung pada orang lain dengan cara memilih untuk menjadi wirausaha daripada menjadi pegawai yang harus bergantung kepada orang lain pada saat bekerja. Sikap mandiri juga dapat mendorong seorang mahasiswa untuk terus berkarya dengan apa yang mereka ketahui tentang pengetahuan kewirausahaan. Perihal ini membuktikan kalau Pengetahuan Kewirausahaan dan Sikap Mandiri yang dimiliki mahasiswa dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha (Haryanti, 2023).

### 2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X2) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi variabel Penggunaan Media Sosial sebesar 0,468. Nilai tersebut positif berarti menunjukkan bahwa Penggunaan Media Sosial sejalan dengan variabel Y. Artinya apabila Penggunaan Media Sosial (X2) 93 mengalami kenaikan, maka Minat Berwirausaha (Y) akan mengalami kenaikan pula.

Pada uji hipotesis secara parsial (Uji t) diperoleh thitung 5,123 yang kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 1,666. Hal ini

menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (5,123 > 1,666) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga variabel Penggunaan Media Sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Penggunaan Media Sosial (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Gustina et al., 2021) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada penggunaan media sosial dan minat berwirausaha dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial mahasiswa terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal itu dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  adalah 6,244 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,975. Maka secara parsial media sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha.

### 3. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Penggunaan Media Sosial (X2) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Dari uji hipotesis secara simultan (Uji F) diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 51,830 dan nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dalam arti  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $51,830 > 3,13$ . Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima, karena secara simultan variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan. Selain uji F, uji koefisien determinasi sebesar 0,597 dapat

memberikan pemahaman bahwa Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial secara simultan memberikan kontribusi terhadap Minat Berwirausaha sebesar 59,7% dan sisanya 40,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Contohnya dari faktor latar belakang sosial dan ekonomi, akses terhadap modal dan sumber daya, serta faktor norma sosial dan nilai budaya. Sesuai dengan output deskripsi data penelitian ini, variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan digolongkan dengan hasil yang baik. Pelaksanaan penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh antara Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Maka dengan hasil uji yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian mengenai Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,144 > 1,666$ ) dengan nilai signifikansi yaitu  $0,002 < 0,05$ .

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,123 > 1,666$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 > 0,5$ .
3. Secara simultan (Uji F) dimana nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $51,830 > 3,13$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,000 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_1$ ) dan Penggunaan Media Sosial ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
4. Dalam perhitungan determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 59,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Pengetahuan ( $X_1$ ) dan Penggunaan Media Sosial ( $X_2$ ) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 59,7% terhadap Minat Berwirausaha (Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, sedangkan 40,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang dilakukan di Universitas Negeri Medan, Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut.

1. Saran bagi mahasiswa  
Penelitian ini diharapkan untuk meningkatkan dapat lebih memperhatikan faktor yang berupa pengetahuan kewirausahaan dan juga berupa media sosial yang dalam hal ini mampu memberikan kontribusi dampak pengaruh pada Minat Berwirausaha. Kedua faktor ini harus dapat diperhatikan serta dievaluasi

pelaksanaannya, karena melalui pengetahuan kewirausahaan dapat dijadikan sebagai investasi awal bagi Mahasiswa dalam memulai suatu bisnis yang baru. Selain itu media sosial sangat bermanfaat jika cara penggunaannya benar

## 2. Saran bagi Universitas

Universitas perlu mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum, serta mendorong dosen untuk memberikan wawasan praktis tentang dunia bisnis. Selain itu, universitas harus menyediakan program pembinaan dan pendampingan untuk membantu mahasiswa memulai usaha sendiri. Dengan pendekatan ini, lulusan akan lebih siap untuk menciptakan lapangan kerja daripada hanya mencari pekerjaan, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja.

## 3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki dan mengantisipasi segala kelemahan yang ada dalam penelitian ini serta diharapkan dapat mengembangkan penelitian selanjutnya berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini untuk meneliti variabel lain yang terkait dengan Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha atau variabel lain yang belum diteliti.

## REFERENSI

- Agus Susanti, S.E.M.M. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Pada Akademi Kesejahteraan Sosial Ibu Kartini). *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 80–88. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i2.465>
- Ayub, M., & Sulaeman, S. F. (2022). Dampak Sosial Media terhadap Interaksi Sosial pada Remaja: Kajian Sistematis. *Jurnal Penelitian Bimbingan Dan Konseling*, 7(1), 21–32.
- Azizah, N. (2017). Efektifitas Pendidikan Kewirausahaan Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha. *Al -*

- Mu'amalat*, 2(II), 427.  
<https://doi.org/10.32505/muamalat.v2iii.158>
- Cahayani, N. L. P., Westra, I. K., Ariyati, N. M., Netriani, N. K., & Sau, T. S. B. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), 96–102.  
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i1.47117>
- Cahyani, C. (2022). Perbedaan Minat Wirausaha pada Mahasiswa Lima Universitas di Yogyakarta Dilihat dari Penggunaan Media Sosial. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 3(2), 294–319.  
<https://doi.org/10.24071/exero.v3i2.4302>
- Chabib, Moch Happy Shahrul & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Mata Pelajaran Bisnis Online, Penggunaan Smartphone, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII BDP di SMK Negeri 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1209–1215.  
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>
- Eko Santoso, Latifatul Isro'iyah, & Andrean Kresna Wahyudiantoro. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung. *BEMJ : Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 2(1), 21–26.  
<https://doi.org/10.36563/bemj.v2i1.787>
- Febrinia, C. (2016). Hubungan Penggunaan Media Sosial dan Kehadiran Sosial dengan Sikap Wirausaha. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(1), 99–106.  
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i1.3969>
- Gustina, M., Sumiati, A., & Mardi, M. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18(2), 133–151.
- Haryanti, T. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Politeknik Tunas Pemuda. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(2), 341–345.  
<https://doi.org/10.24815/jimps.v8i2.24634>
- Jalil, A., Hafid, E., Amri, M., & Mosiba, R. (2021). Peranan Media Sosial Dalam Peningkatan Motivasi Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Qur'an Hadis Kelas Viii Mts Madani Alauddin Paopao Kabupaten Gowa. *Inspiratif Pendidikan*, 10(2), 64.  
<https://doi.org/10.24252/ip.v10i2.25613>
- Jati, M. N. K., Santi, M., & Sultoni, H. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Stai Muhammadiyah Tulungagung. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 5(1), 69–82.  
<https://doi.org/10.30762/istithmar.v5i1.18>
- Joesyiana, K. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta, Vol. 4*(1), 71–85.
- Juwita, S., Prasetyo, T., & Jadmiko, P. (2019). Peran empati dan persepsi dukungan sosial terhadap niat menjadi wirausaha sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(1), 49–61.  
<http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/16635/16627>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.  
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017.

<https://doi.org/10.32493/drb.v4i3.9676>

Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>