Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016

Abdul Hamid Hamdan[1], Kristina Sisilia[2]
[1] Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
ahamidhamdan@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
kristina@telkomuniversity.ac.id

Abstract
This research was conducted to determine the effect of using social media and knowledge on interest in entrepreneurship in Telkom University Business Administration students Class of 2016. With the advancement of social media and the current development of entrepreneurship science. Therefore, it is hoped that this study will be able to determine whether there is an influence between the influence of the use of social media and entrepreneurial knowledge on the interest in entrepreneurship in Business Administration students Class of 2016. The data collection method was a questionnaire with a total of 82 respondents. The analytical method used is descriptive analysis method and uses hypothesis testing, namely the t test and f test. Based on the results of simultaneous hypothesis testing (f test), the variable social media utilization and entrepreneurial knowledge has a significant effect on interest in entrepreneurship in Business Administration students at Telkom University Class of 2016. This is evidenced by fcount > ftable (86.433 > 3.11) with its significance level 0.000 < 0.05. Based on the results of partial hypothesis testing (t test) it was found that the variable X1 and variable X2 has a significant effect on interest in entrepreneurship in Business Administration Class of 2016. Based on the coefficient of determination it is found that X1 and X2 on interest in entrepreneurship in Business Administration students of Telkom University Class of 2016 amount to 68.6%, so, the remaining is 31.4%. Then 31.4% has been explained or influenced by other variables not examined in this study.

Keywords-utilization of social media, knowledge of entrepreneurship and interest in entrepreneurship

Abstrak
Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016. Dengan kemajuan media sosial dan berkembangnya ilmu kewirausahaan saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengetahui adanya pengaruh antara pengaruh pemanfaatan sosial media dan dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2016. Metode pengumpulan data dengan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 82 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif dan menggunakan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji f), variabel pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis di Telkom University Angkatan 2016. Hal ini dibuktikan dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$ (86,433 > 3,11) dengan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) didapat bahwa variabel X1 dan variabel X2 berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2016. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa X1 dan X2 terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016 sebesar 68,6%, jadi, sisanya sebesar 31,4%. Maka 31,4% telah dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
Kata Kunci: Pemanfaatan sosial media, Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi. Seiring dengan pesatnya pertambahan

jumlah penduduk di Indonesia, banyak masalah yang timbul salah satunya yaitu pengangguran. Banyaknya pengangguran disebabkan tidak sebandingnya lowongan pekerjaaan dengan jumlah pencari kerja. Saat ini jumlah angkatan kerja semakin tinggi dan disisi lain lapangan pekerjaan sangat terbatas, sehingga angka pengangguran meningkat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Jumlah pengangguran di Indonesia pada Februari 2020 sebanyak 6,88 juta. Mengalami kenaikan sebesar 0,06 juta orang dibanding pada Februari 2019. Jumlah angkatan kerja yaitu mereka yang bekerja dan pengangguran, pada Februari 2020 berjumlah 137,91 juta. Mengalami kenaikan 1,73 juta orang dibanding pada Februari 2019. Salah satu cara untuk menekan jumlah pengangguran yaitu dengan berwirausaha. Wirausaha merupakan usaha membuka lapangan kerja sendiri, juga bermanfaat membuka kesempatan kerja untuk orang lain sehingga angka pengangguran akan berkurang.

Kehadiran media sosial membuat pengguna internet semakin banyak. Media sosial dapat digunakan sebagai media promosi, media berjualan, media mencari konsumen dan lain-lain. Media sosial memberikan cara baru untuk bisnis yang berfungsi untuk berkomunikasi dengan pelanggan, hal ini menjadi dasar yang mengubah cara berbisnis (Fedianty Augustinah dan WIdayati 2009). Cara ini menggunakan aplikasi online yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi satu sama lain, termasuk membuat dan berbagi konten bisnis mereka. Dibandingkan dengan media tradisional yang hanya menyampaikan konten secara langsung dan melalui media cetak ataupun lainnya. Ada banyak variasi media sosial mulai dari jejaring sosial *(Facebook, Instagram, LinkedIn, Line, Whatsapp),* situs berbagi konten *(YouTube, Picsart, Tiktok)* hingga blog *(blogger, word press)* dan mikro blog *(twitter).*

Media sosial jug sangat digunakan pada mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2016 dalam pembelajaran maupun kegiatan lain seperti mempromosikan usahanya, salah satunya di aplikasi *Line*, mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2016 sering mempromosikan usahanya di situ dengan cara *chat* di grup angkatan. Dengan begitu sangat membantu 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 lainya itu menggunakan internet (Herwaman Kartajaya, 2008).

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi minat terhadap berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan. Pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha (Lestari, 2012:13). Upaya yang dapat dilakukan oleh perguruan tinggi yaitu dengan mendidik mahasiswa untuk mempelajari kewirausahaan dan menjadikan kewirausahaan sebagai mata kuliah, salah satunya mata kuliah kewirausahaan, Adapun organisasi kampus yang memndukung untuk minat berwirausaha.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha menurut Subandono dalam Rahayu (2018) adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut.

B. Pemanfaatan Sosial Media

Menurut Lira (2020) Media sosial merupakan sesuatu yang dapat menciptakan bermacam-macam bentuk komunikasi dan informasi bagi semua yang menggunakannya. Media sosial selalu memberikan bermacam kemudahan yang menjadikannya nyaman berlama-lama di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Tio Prasetio (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Mahasiswa yang bisa menggunakan media sosial dengan maksimal dapat diikuti dengan munculnya ketertarikan minat berwirausaha yang besar.

C. Pengetahuan Kewirausahaan

Menyatakan bahwa seorang wirausaha perlu memiliki pengetahuan yang cukup untuk dapat mengarahkan dirinya guna memperoleh peluang usaha, menyusun konsep usaha, membuat perencanaan, masuk pasar, beroperasi (organisasi/sendiri) dan dengan demikian menikmati nilai tambah dan mengembangkan diri. (Suryana dan Bayu, 2010).

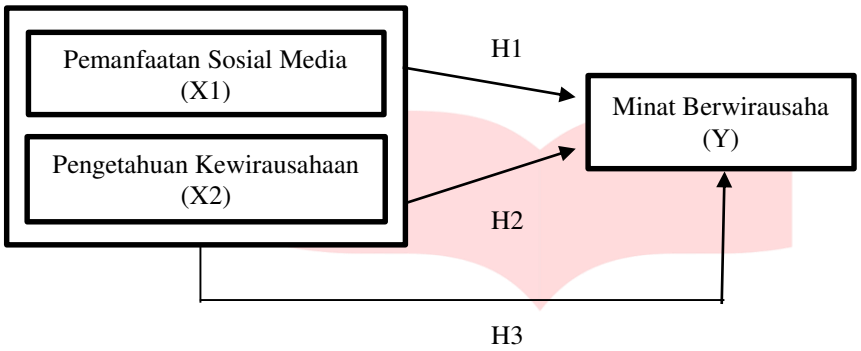
Menurut hasil penelitian Tio Prasetio (2020) ada hubungan atau keterkaitan antara variabel minat berwirausaha dan pengetahuan berwirausaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. mahasiswa yang bisa menggunakan

media sosial dengan maksimal dapat diikuti dengan munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha yang besar dan sebaliknya yaitu mahasiswa yang tidak dapat menggunakan media sosial dapat diikuti dengan tidak munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha.

Begitu pula dengan variabel pengetahuan kewirausahaan. Menurut hasil penelitian Tio Prasetio (2020)yaitu pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa tinggi maka akan diikuti dengan minat berwirausaha yang tinggi dan begitupun sebaliknya untuk pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa rendah akan diikuti dengan minat berwirausaha yang rendah.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan seperti skema sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan
X1 : Pemanfaatan Sosial Media
X2 : Pengetahuan Kewirausahaan
Y : Minat Berwirausaha

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1. Pemanfaatan sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2016 Telkom university

H2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2016 Telkom university

H3. Pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2016 Telkom university

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan kausalitas. Pada penelitian Deskriptif melihat dari Pengaruh pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University angkatan 2016. Menurut Sugiyono (2019:16) Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

B. Variabel Operasional dan Skala Pengukuraan.

Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nialai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.Variabel dalam penelitian ini adalah Sosial Media (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2) dan minat

berwirausaha (Y) yang diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2005:132).

C. Populasi dan Sampel

(Sugiyono, 2018:80) menyatakan bahwa populasi merupakan cakupandari wilayah yang terdiri atas objek ataupun subjek yang mempunyai kualitas sertakarakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti yang selanjutnyadibuat kesimpulannya.Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University angkatan 2016 dengan berjumlah 441. Sampel responden yang digunakan sebanyak 82 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya data yang dipilih dari responden melalui kuesioner atau data hasil wawancara peneliti dengan sumber. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan/kuesioner kepada para mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University angkatan 2016. Ada dua cara untuk menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University angkatan 2016, yang pertama melalui grup WhatsApp angkatan dan yang kedua melalui *personal chat* kepada teman seangkatan yang dikenal. Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data Sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi dengan mempelajari berbagai tulisan melalui buku, jurnal, dan majalah dan situs internet untuk mendukung penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Responden dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016. Data di kumpulkan dengan kuesioner sebanyak 82 responden kepada mahasiswa melalui kuesioner online dan semua kuesioner tersebut dijawab lengkap dan memenuhi persyaratan untuk dianalisis. Penyebaran kuesioner secara tertutup dengan menggunakan skala *likert* 1-5. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan, serta satu variabel dependen yaitu minat berwirausaha. Selanjutnya data dapat diproses dengan menggunakan *Software Statistics for Products and Services Solution Release 23.*

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan jenis kelamin: berjenis kelamin laki-laki sebesar 58,8% dengan jumlah 48 orang dan jenis kelamin perempuan sebesar 41,5% dengan jumlah 41 orang.

Berdasarkan penggunaan sosial media: Pengguna Facebook sebesar 4,9% atau sebanyak 4 orang, pengguna Instagram sebesar 47,6% atau sebanyak 39 orang, pengguna Tiktok sebesar 37,8% atau sebanyak 31 orang, dan pengguna Twitter sebesar 9,8% atau sebanyak 8 orang.

C. Uji Validitas

Tabel 1. Validitas Pernyataan

Variabel	Pernyataan	*Corrected Item-Total Correlation*	r kritis	Keterangan
Pemanfaatan sosial media(X1)	P1	0,703	0,1654	Valid
	P2	0,817	0,1654	Valid
	P3	0,761	0,1654	Valid
	P4	0,660	0,1654	Valid
	P5	0,778	0,1654	Valid

	P6	0,857	0,1654	Valid
	P7	0,831	0,1654	Valid
	P8	0,828	0,1654	Valid
Pengetahuan kewirausahaan(X2)	P9	0,727	0,1654	Valid
	P10	0,775	0,1654	Valid
	P11	0,778	0,1654	Valid
	P12	0,796	0,1654	Valid
	P13	0,750	0,1654	Valid
Minat berwirausaha(Y)	P14	0,810	0,1654	Valid
	P15	0,788	0,1654	Valid
	P16	0,836	0,1654	Valid
	P17	0,849	0,1654	Valid
	P18	0,782	0,1654	Valid
	P19	0,839	0,1654	Valid
	P20	0,755	0,1654	Valid
	P21	0,767	0,1654	Valid

Berdasarkan tabe 1 hasil diatas keseluruhan indikator dari variabel yang diteliti dinyatakan valid dengan r hitung > r tabel (0,1654), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pemanfaatan sosial media (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2) dan minat berwirausaha (Y) dinyatakan valid.

D. Uji Reliabilitas

1. Pemanfaatan Sosial Media (X1)

Tabel 2. Hasil Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
onbach'sAlpha	N of Items
,906	8

Hasil uji reliabilitas dari variabel pemanfaatan sosial media (X1) dapat dilihat dari *output Reliability Statics.* Didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,906. Karena nilai *Cronbach's Statics* lebih besar 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel sehingga bisa dilanjutkan untuk analisis berikutnya.

2. Pengetahuan Kewirausahaan (X2)

Tabel 3. Hasil Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
onbach'sAlpha	N of Items
,822	5

Hasil uji reliabilitas dari variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) dapat dilihat dari *output Reliability Statics.* Didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,822. Karena nilai *Cronbach's Statics* lebih besar 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel sehingga bisa dilanjutkan untuk analisis berikutnya.

3. Minat Berwirausaha (Y)

Tabel 4. Hasil Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
onbach'sAlpha	N of Items
,919	8

Hasil uji reliabilitas dari minat berwirausaha (Y) dapat dilihat dari *output Reliability Statics.* Didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,919. Karena nilai *Cronbach's Statics* lebih besar 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel sehingga bisa dilanjutkan untuk analisis berikutnya.

E. Uji Normalitas

Tabel 5. Tabel Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,60349387
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,057
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

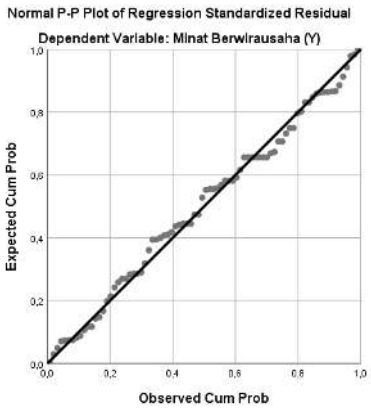
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Diketahui hasil yang diperoleh setelah mengolah data di SPSS 23 adalah Asymp. Sig bernilai 0,200. Maka dapat diketahui bahwa semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal, karena nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 0,05.



Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan tampilan ouput p-plot diatas diketahui titik-titik terlihat mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat diketahui bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

F. Uji Multikolinearitas

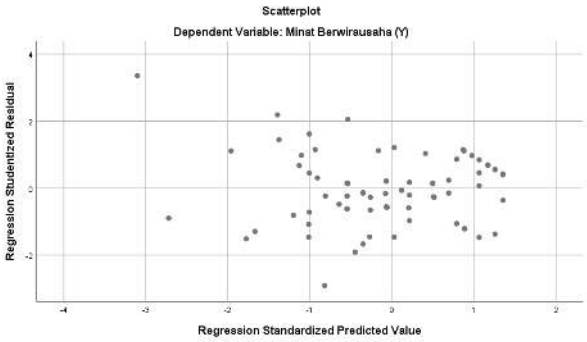
Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]						
Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	Pemanfaatan Media Sosial (X1)	,789	,330	,196	,270	3,702
	Pengetahuan Kewirausahaan(X2)	,805	,410	,251	,270	3,702

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Dari hasil tabel di atas diketahui nilai tolerance dari kedua variabel bernilai diatas 0,10 dan nilai VIF bernilai dibawah 10,0 maka dapat diketahui bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

G. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heterosledastisitas

Berdasarkan hasil *output Scatterplot* diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga diketahui bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

H. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Koefisien Regresi Linier Berganda.

Coefficients[a]					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	6,071	2,149		2,825	,006
	Pemanfaatan Media Sosial (X1)	,375	,121	,376	3,103	,003
	Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	,715	,179	,484	3,990	,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6{,}071 + 0{,}375X_1 + 0{,}715X_2$$

Dari persamaan diatas, dapat diketahui bahwa.

1. Nilai konstanta sebesar (6,071) artinya jika tidak ada pengaruh pemanfaatan sosial media, pengetahuan kewirausahaan dan tingkat pendapatan, maka secara statistika nilai minat berwirausaha sebesar (6,071).
2. Koefisien regresi variabel pemanfaatan sosial media (X_1) menunjukan bahwa setiap ada penambahan nilai pemanfaatan sosial media sebesar satu-satuan, maka akan ada penambahan nilai minat berwirausaha (Y) sebesar 0,375 satuan.
3. Koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan (X_2) menunjukan bahwa setiap ada penambahan nilai pengetahuan kewirausahaan sebesar satu-satuan, maka akan ada penambahan nilai minat berwirausaha (Y) sebesar 0,715 satuan.

I. Uji t-Parsial

Tabel 8. Uji t Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,071	2,149		2,825	,006
	Pemanfaatan Media Sosial (X1)	,375	,121	,376	3,103	,003
	Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	,715	,179	,484	3,990	,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Variabel X1

Berdasarkan tabel uji t diatas pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y sebesar 0,003 < 0,050 sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 3,103 > t tabel (1.99045), dimana Ho ditolak dan Hi diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X1 terhadap Variabel Y.

Variabel X2

Berdasarkan tabel uji t diatas pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y sebesar 0,000 < 0,050 sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 3,990 > t tabel (1.99045), dimana Ho ditolak dan Hi diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X2 terhadap Variabel Y.

J. Uji F Simultan

Tabel 9. Uji Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1201,516	2	600,758	86,443	,000[b]
	Residual	549,033	79	6,950		
	Total	1750,549	81			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Kewirausahaan (X2), Pemanfaatan Media Sosial (X1)

Variabel pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan menunjukan nilai F hitung sebesar 86,443 dengan taraf signifikansi 0,000. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis dalam penelitian Ho ditolak dan Ha diterima, Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis Ha "Pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016".

K. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Koesien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,828[a]	,686	,678	2,63624	2,032

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Kewirausahaan (X2), Pemanfaatan Media Sosial (X1)

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted* R-Square) sebesar 0,678, jadi dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha sebesar 67,8%, sedangkan sisanya 32,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

L. Pembahasan

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho :

1. Pemanfaatan sosial media secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikansi terhadap minat berwirausahaMahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016.
2. Pemanfaatan pengetahuan kewirausahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikansi terhadap minatberwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016.
3. Pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama tidak memiliki

pengaruh signifikansi terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016.

Ha :

1. Pemanfaatan sosial media secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikansi terhadap minat berwirausahaMahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016.
2. Pemanfaatan pengetahuan kewirausahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikansi terhadap minatberwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016.
3. Pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh signifikansi terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016.

Hasil dari perhitungan uji Hipotesis pada penelitian ini adalah bernilai positif, yang mana dapat ditarik kesimpulan bahwa Hipotesis Ha yang diterima.

Hasil dari uji Regresi Linier Berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 6{,}071 + 0{,}375X_1 + 0{,}715X_2$$

Dari persamaan diatas, dapat diketahui bahwa.

1. Nilai konstanta sebesar (6,071) artinya jika tidak ada pengaruh pemanfaatan sosial media, pengetahuan kewirausahaan dan tingkat pendapatan, maka secara statistika nilai minat berwirausaha sebesar (6,071).
2. Koefisien regresi variabel pemanfaatan sosial media (X_1) menunjukan bahwa setiap ada penambahan nilai pemanfaatan sosial media sebesar satu-satuan, maka akan ada penambahan nilai minat berwirausaha (Y) sebesar 0,375 satuan.
3. Koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan (X_2) menunjukan bahwa setiap ada penambahan nilai pengetahuan kewirausahaan sebesar satu-satuan, maka akan ada penambahan nilai minat berwirausaha (Y) sebesar 0,715 satuan.

Hasil penelitian ini dipengaruhi oleh variabel dependent yaitu Sosial Media (X_1) dan Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) sebesar 67,8% pada variabel independent, Minat Berwirausaha (Y). Sisanya sebesar 32,3%, minat berwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016 dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel (X_1) dan (X_2).

Apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu, terdapat kesamaan pada hasil penelitian. Menurut hasil penelitian Tio Prasetio (2020) ada hubungan atau keterkaitan antara variabel minat berwirausaha dan pengetahuan berwirausaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. mahasiswa yang bisa menggunakan media sosial dengan maksimal dapat diikuti dengan munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha yang besar dan sebaliknya yaitu mahasiswa yang tidak dapat menggunakan media sosial dapat diikuti dengan tidak munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha.

Begitu pula dengan variabel pengetahuan kewirausahaan. Menurut hasil penelitian Tio Prasetio (2020) yaitu pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa tinggi maka akan diikuti dengan minat berwirausaha yang tinggi dan begitupun sebaliknya untuk pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa rendah akan diikuti dengan minat berwirausaha yang rendah. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh pengetahuan kewirausahaan pada minat berwirausaha mahasiswa.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan setelah dilakukan pengujian mengenai pengaruh tingkat Pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016.

1. Terdapat pengaruh secara parsial pemanfaatan sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University angkatan 2016 . Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikan t hitung variabel X_1 lebih kecil dari 0,05.
2. Terdapat pengaruh secara parsial pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University angkatan 2016 . Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikan t hitung

variabel X_2 lebih kecil dari 0,05.

3. Terdapat pengaruh secara simultan antara pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University angkatan 2016. Hal ini dibuktikan melalui nilai probabilitas signifikansi lebih besar daripada 0,05.

B. Saran.

Pengujian secara simultan ini menguji semua variable *dependent* sekaligus. Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 86,443 dengan taraf signifikan 0,000. Taraf signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis dalam penelitian Ho ditolak dan Ha diterima, Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis Ha "Pemanfaatan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikansi terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016."

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan berguna bagi Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016 dan semua pihak yang berkepentingan. Adapun saran yang diberikan adalah.

Kenaikan tingkat penggunaan Sosial Media dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Semakin banyak atau tinggi pengetahuan kewirausahaan maka minat berwirausaha pun akan semakin besar. Oleh karena itu apabila penggunaan social media bisa lebih sering dalam artian yg positif, dan diiringi dengan pengetahuan kewirausahaan yang luas bisa lebih menambah minat bewirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2016.

Adapun alternatif lainnya dengan menggunakan sosial media secara positif untuk secara bersamaan meningkatkan pengetahuan kewirausahaan akan semakin meningkatkan minat mahasiswa untuk dapat memulai karir sebagai seorang wirausaha dan dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat.

REFERENSI

Lestari, Budi Retno dan Trisuadi Wijaya. (2012). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MWI*, Forum Bisnis dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP.

Pratama, I Putu Agus E. (2014). *Sistem Informasi dan Implementasinya,* Informatika, Bandung.

Sugiyono, 2010. *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung Sugiyono. (2005).

Memahami Penelitian Kuantitatif, Alfabeta, Bandung. Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung : Afabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta:Bandung.

Suryana. (2003). Kewirausahaan: Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses,Salema Empat, Jakarta.

Umar, Husein. (2003). *Riset Akuntansi: Metode Riset Sebagai Cara Penelitian Ilmiah,* Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.