



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 7313-7326

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap  
Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas  
HKBP Nommensen 2022/2023

Nova Sinaga<sup>1✉</sup>, Sanggam Pardede<sup>2</sup>, Dearlina Sinaga<sup>3</sup>

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan

Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

Email: [nova.sinaga19@student.uhn.ac.id](mailto:nova.sinaga19@student.uhn.ac.id)<sup>1✉</sup>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan ekonomi FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif Kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan populasi seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 dan 2020 Universitas HKBP Nommensen Medan yang berjumlah 59 orang mahasiswa sebagai sampel penelitian. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni Uji Normalitas, Homogenitas, Linieritas, Regresiliner berganda, Uji t, Uji F, Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan diperoleh hasil uji F sebesar 2.77 dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $17,914 > 2,77$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Yang dapat disimpulkan bahwa variabel bebas X ( penggunaan media sosial, pendidikan kewirausahaan) memberi pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y ( minat berwirausaha) pada mahasiswa.

Kata Kunci : *Penggunaan Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha*

## Abstract

This study aims to determine the effect of the use of social media and entrepreneurship education on the interest in entrepreneurship in students of the economics education study program, FKIP University HKBP Nommensen Medan. This type of research is a quantitative descriptive research. In this study, the population of all 2019 and 2020 Economics Education students was used at HKBP Nommensen University Medan, totaling 59 students as the research sample. The analytical method used in this study is the Normality Test, Homogeneity, Linearity, Multiple Regression, t test, F test, Coefficient of Determination. The results of this study indicate that the use of social media and entrepreneurship education has a positive and significant effect on students' interest in entrepreneurship by obtaining an F test result of 2.77 where  $F_{count} > F_{table}$  is  $17.914 > 2.77$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . It can be concluded that the independent variable X (use of social media, entrepreneurship education) has a significant influence on the dependent variable Y (entrepreneurial interest) in students.

*Keyword: Use of Social Media, Entrepreneurship Education, Interest Entrepreneurship*

## PENDAHULUAN

Di Indonesia perkembangan teknologi memang begitu cepat dari waktu ke waktu, selalu menyelusuri berbagai macam perkembangan teknologi hingga menginjak pada masa bahwa pengguna media sosial menjadi keperluan sehari-hari hampir diseluruh aktivitas (Cahayani et al., 2022). Dengan adanya mata kuliah Pendidikan kewirausahaan serta memanfaatkan media sosial dengan bijak. Seorang mahasiswa dapat melatih dirinya untuk bisa percaya diri dalam jualan berbasis online shop, yang mana dapat dipromosikan melalui Instagram, Facebook, Whatsap dan media sosial lainnya (Tangkeallo & Tangdialla, 2021). Media sosial dapat memudahkan pengguna yang memiliki bisnis online untuk memanfaatkannya dalam melakukan promosi bisnis karena media sosial tersebut banyak diakses oleh masyarakat umum, sehingga mahasiswa akan lebih kreatif dalam berwirausaha dan dapat menambah uang saku (Rahayu & Laela, 2018). Pesatnya pertumbuhan media sosial sekarang, dikarenakan semua orang dapat memiliki media sendiri dan menghasilkan dampak positif dengan munculnya peluang bisnis (Listiwati, 2020). Media sosial dapat digunakan sebagai media promosi, media berjualan, media mencari konsumen dan lain-lain. Dengan media sosial biaya sewa tempat ataupun lokasi dan batasan jarak maupun bentuk toko tidak menjadi masalah dalam membebaskan bisnis (Supeni & Efendi, 2018). Hal tersebut membuat pemilihan media sosial sebagai tempat berjualan menjadi salah satu solusi berbisnis yang mana sebagai sasaran bisnis sangat besar (Christina Menuk Sri Handayani et al., 2020). Kemajuan dan perkembangan sangat ditentukan oleh kualitas

pendidikannya. Didalam suatu pendidikan yang berkualitas nantinya akan menghasilkan lulusan yang memiliki kompeten dan berkualitas, karena semakin maju suatu Negara maka akan lebih meningkat orang yang terdidik dan semakin banyak pula orang yang lulus dan hal ini dapat mengakibatkan akan meningkatnya masalah jumlah pengangguran. Peningkatan jumlah penduduk juga yang semakin tahun semakin meningkat dan tidak sebanding juga jumlah tenaga kerja yang ditawarkan serta sempitnya lapangan kerja (Susilawaty, 2022).

Diera globalisasi ini manusia senantiasa membekali dirinya dengan ilmu pengetahuan dan keterampilan karena pendidikan yang akan membantu manusia dalam menghadapi masa- masa yang semakin canggih (Kusumadewi, 2020). Pengetahuan dan keterampilan seharusnya berjalan seimbang. Tetapi pada saat ini, banyak terdapat pengetahuan yang tidak sinkron dengan keterampilan yang dimiliki, banyak terdapat mahasiswa memiliki nilai matakuliah kewirausahaan yang tinggi tetapi keterampilan dalam membuka usaha itu kurang. Keterampilan yang kurang umumnya dipengaruhi kurang minat dari diri mahasiswa karena pada dasarnya mahasiswa tidak ada minat dari diri sendiri untuk berwirausaha hanya sebatas mengejar nilai (Indraswati et al., 2021). seseorang wirausaha tidak akan berhasil apabila memiliki pengetahuan, tetapi tidak memiliki kemauan dan kemampuan tidak akan membuat seseorang sukses dalam berwirausaha (Shoimah, 2019).

Jika kita lihat berdasarkan fenomena ini menunjukkan bahwa pentingnya wirausaha didalam suatu negara, semakin banyak jumlah wirausaha maka besar peluang untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai keahlian dan kompetensi hal ini dapat mengurangi jumlah pengangguran (Satrionugroho & Tomo, 2020). Pengangguran akan lebih berkurang jika ditunjang dengan para wirausaha karena dapat membuka lapangan pekerjaan. Solusi yang tepat dalam mengatasi permasalahan ini adalah dengan menciptakan lapangan pekerjaan dengan cara meningkatkan minat berwirausaha (A. Nurhayati, 2020). Untuk meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kreativitas, kreativitas dapat dikembangkan terutama bagi seseorang yang memiliki minat wirausahanya yang tinggi dan yang memiliki kemampuan inovatif banyak ide, tanggap pada hal hal baru, semangat ingin tahu tinggi, dan mempunyai kemauan keras dalam meningkatkan kemampuannya. Hal ini didukung oleh pendapat Hendro (dalam Jumadi & Mustofa, 2022) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mendorong minat berwirausaha adalah kreativitas. Minat berperan penting dalam kehidupan mahasiswa dan mempunyai dampak yang besar terhadap sikap dan perilaku (Muhiba, 2020). Mahasiswa yang memiliki minat terhadap sesuatu cenderung mempunyai keterikatan dengan minat tanpa adanya paksaan . Seseorang dikatakan memiliki minat

berwirausaha yang tinggi dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti watak, sikap dan perilaku seseorang (Indriyani & Margunani, 2019).

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas HKBP Nomensen Medan yang beralamat di Jl. Dr Sutomo No. 4A Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada semester genap Tahun Ajaran 2022/2023. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester VI untuk Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Mahasiswa Semester VIII untuk Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas HKBP Nomensen Medan yang berjumlah 71 orang. Dalam menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan tabel Krejcie. Krejcie dalam melakukan perhitungan ukuran sampel didasarkan atas kesalahan 5%. Jadi sampel yang diperoleh itu mempunyai kepercayaan 95% terhadap populasi (Ho et al., 2021). Maka pengambilan jumlah sampel mengacu berdasarkan pada tabel Krejcie, yaitu dengan jumlah populasi antara 70 sampai 71 maka sampel yang digunakan sebanyak 59.

Tabel 1. Populasi Penelitian

Stambuk	Jumlah Populasi	Total
2019	Laki laki : 4 orang	38 orang
	Perempuan : 34 orang	
2020	Laki laki : 2 orang	33 orang
	Perempuan : 31 orang	

Angket dan kuesioner merupakan suatu alat pengumpul informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal hal yang ia ketahui. Jenis angket atau kuesioner ini ada 4, yaitu: kuesioner berstruktur, kuesioner tak berstruktur, kuesioner kombinasi berstruktur, dan tidak berstruktur serta kuesioner semi terbuka (Rajagukguk et al., 2021). Dokumentasi yang didapat diperoleh dari data hasil pelaksanaan usaha atau pencapaian target berwirausaha mahasiswa FKIP Ekonomi Universitas HKBP Nomensen Medan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Universitas HKBP Nommensen Medan dengan populasi sebanyak 71 orang mahasiswa dan sampel dalam penelitian ini adalah 59 responden dengan pengambilan sampel berdasarkan tabel Krejcie. Pembahasan yang dilakukan adalah berdasarkan data yang telah terkumpul melalui sejumlah angket yang telah dibagikan dan diisi oleh responden untuk variabel X1 media sosial dan X2 pendidikan kewirausahaan dan untuk variabel Y yaitu minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dimaksudkan untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan bermutu. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap alat penelitian dalam hal ini adalah kuesioner/angket. Valid artinya data-data yang diperoleh dengan menggunakan alat (instrument) dan dapat menjawab tujuan penelitian, sedangkan reliabilitas merupakan konsisten dan stabil (Hidayat et al., 2022).

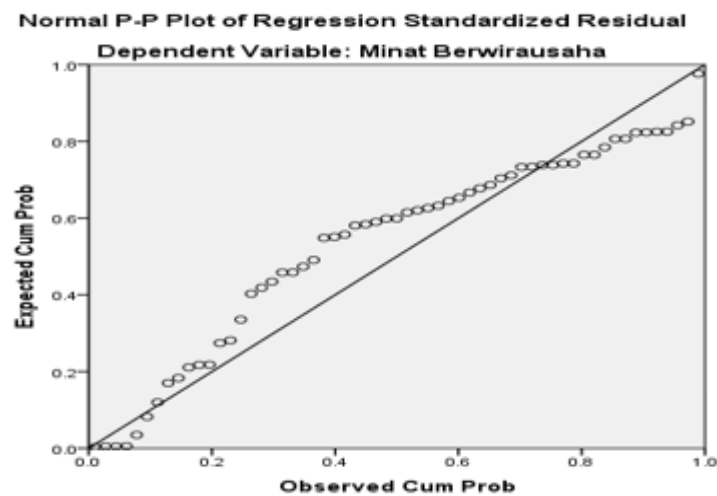
Untuk uji validitas dan reliabilitas, penelitian menyebarkan angket kepada 59 orang responden. Pengujian validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan product moment atau cronbach alpha dengan ketentuan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka butir soal dianggap valid dan reliabel pada taraf signifikansi 95% atau  $\alpha 5\%$  (0,05) dengan  $r_{tabel}$  sebesar 0,266. Dalam menguji kevalidan angket yang telah diuji menggunakan aplikasi SPSS V22. Dari hasil uji validitas angket media sosial (X1), dari 23 item soal yang diuji penelitian, terdapat 23 soal yang dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan demikian maka dilakukan uji reliabilitas Cronbach Alpha terhadap 23 item angket yang valid. Oleh karena itu, Cronbach's Alpha adalah 0,750 ternyata lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,266 maka angket yang diuji dinyatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Normalitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Normalitas diujikan pada masing-masing variabel penelitian yang meliputi kompetensi manajerial kepala sekolah, mutu dan kinerja guru. Pengujian Normalitas menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov dan plot normal yang diperoleh dengan menggunakan Software SPSS 22. Data dikatakan berdistribusi normal apabila data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal, jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal (A. Nurhayati, 2020).



Gambar 1. P-Plot Normalitas Data Penelitian

Pada grafik P-Plot diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan hal ini berarti menunjukkan bahwa ada data yang diperoleh berdistribusi normal. Selain grafik P-Plot sebaran data berdistribusi normal juga dapat dilihat melalui pendekatan numerik (Satrionugroho & Tomo, 2020). Untuk dapat melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak pendekatan numerik tersebut dapat kita uji menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov seperti berikut ini.

Tabel 2. Perhitungan Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Media Sosial	Pendidikan Kewirausahaan	Minat Berwirausaha
N		59	59	59
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	75.95	73.92	82.27
	Std. Deviation	6.917	9.689	8.628
	Most Extreme Differences			
	Absolute	.115	.109	.087
	Positive	.045	.109	.087
	Negative	-.115	-.108	-.086
Test Statistic		.115	.109	.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 <sup>c</sup>	.076 <sup>c</sup>	.200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 yaitu media sosial  $0,052 > 0,05$ , pendidikan kewirausahaan  $0,076 > 0,05$  dan minat berwirausaha

$0,200 > 0,05$  maka dengan sesuai dengan keputusan pengambilan uji kolmogorov-smirnov di atas berdistribusi secara normal.

Hasil normalitas menunjukkan bahwa semua data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan data penelitian ini terdistribusi secara Normal dan Memenuhi uji normalitas data. Untuk lebih memastikan residual data telah mengikuti asumsi normalitas (Listiawati, 2020).

#### Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel x dan y bersifat homogen atau tidak.

Tabel 3. Perhitungan Uji Homogenitas

Levene			Sig
Statistic	df1	df2	.
1.279	14	34	.270

Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,270. Yang dimana menunjukkan bahwa  $0,270 > 0,05$ . Maka dengan ini disimpulkan bahwa media sosial dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dinyatakan mengandung unsur kesamaan atau homogen

#### Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyarat dalam analisis kolerasi atau regresi linear. Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai sig. Deviation from linearity adalah 0,214. Kriteria pengambilan keputusan dengan sig.= 0,214 menyatakan bahwa  $0,214 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel memiliki hubungan yang linear.

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis diatas, maka hubungan linier antara media sosial dan pendidikan kewirausahaan dengan minat berwirausaha secara sistematis dapat dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 19,580 + 0,492 X_1 + 0,342 X_2$$

Dimana:

- a) Konstanta sebesar 19,580 mempunyai arti bahwa variabel dianggap konstan maka Minat Berwirausaha sudah ada sebesar 19,580 pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan
- b) Variabel media sosial mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha dengan koefisien menunjukkan sebesar 0,492 yang berarti apabila media sosial meningkat sebesar 1% dengan menganggap faktor lain tetap maka akan dapat meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 50,8%.
- c) Variabel pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan, dengan koefisien menunjukkan sebesar 0,342 yang berarti apabila pendidikan kewirausahaan meningkat sebesar 1% dengan menganggap faktor lain tetap maka akan dapat meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 34,2%.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Uji t (Parsial) dilakukan untuk melihat secara individual pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel bebas (X1) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Pengaruh penggunaan media sosial terhadap Minat Berwirausaha dan variabel bebas (X2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha.

Tabel 4. Uji T (Parsial)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	19.580	10.787		1.815	.075
	Media Sosial	.492	.136	.395	3.624	.001
	Pendidikan Kewirausahaan	.342	.097	.384	3.531	.001

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka nilai thitung variabel media sosial (X1) adalah 3,624 dengan nilai signifikan 0,001. Sedangkan nilai ttabel dengan derajat kebebasan (df) = N-K (59-3) = 56 adalah sebesar 1,672 pada taraf signifikan 0.05. Maka hasil tersebut nilai thitung > ttabel 3,624 > 1,672 dan nilai signifikan 0.001 < 0.05 maka hipotesis 1 diterima yang berarti ada pengaruh signifikan antara media sosial (X1) terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan (Y).

Pendidikan kewirausahaan (X2) diperoleh nilai thitung sebesar 3,531. sedangkan nilai t tabel dengan derajat kebebasan (df) = N-K (59-3) = 56, adalah sebesar 1,672 pada taraf signifikan 0.05. maka dari hasil tersebut nilai  $3,531 > 1,672$  dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Maka hipotesis 2 diterima yang berarti ada pengaruh signifikan antara pendidikan kewirausahaan (X2) terhadap minat berwirausaha Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan.

#### Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan perhitungan SPSS di atas diperoleh hasil uji F sebesar 2.77 dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $17,914 > 2,77$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara media sosial dan pendidikan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan (Setiawan et al., 2021).

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan besarnya variasi dan variabel dependen yang dapat dijelaskan dalam variabel independen dalam model.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 a	.390	.368	6.857

Hasil uji memperoleh nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,390. Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa media sosial dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh sebesar 39% terhadap Minat Berwirausaha sedangkan 61% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan terhadap Minat Berwirausaha.

Data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini berupa angket, yang terdiri dari data penelitian berupa skor angket media sosial, skor angket pendidikan kewirausahaan, dan skor angket Minat Berwirausaha. Skor angket media sosial yang diperoleh dari instrumen soal terdiri dari 23 item, skor pendidikan kewirausahaan yang diperoleh dari instrumen soal terdiri dari 22 item, dan skor angket Minat Berwirausaha yang juga diperoleh dari instrumen soal terdiri dari 25 item. Masing-masing item soal memiliki skor maksimal empat dan skor minimal satu. Ketiga angket tersebut terlebih dahulu telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Kemudian dari pengujian tersebut diperoleh hasil angket media sosial, pendidikan kewirausahaan dan Minat Berwirausaha yang valid dan reliable (Syaifullah, 2021).

Pengaruh Media Sosial (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Dari hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien dan hasil uji t dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,624 > 1,672$  dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Maka hipotesis 1 diterima yang berarti ada pengaruh signifikan antara media sosial (X1) terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan (Y).

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Dari hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien dan hasil uji t dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,531 > 1,672$  dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Maka hipotesis 2 diterima yang berarti ada pengaruh signifikan antara pendidikan kewirausahaan (X2) terhadap minat berwirausaha Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan (N. Nurhayati, 2022).

Pengaruh Media Sosial (X1) dan Pendidikan Kewirausahaan (X2) Secara Simultan terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, dapat diketahui bahwa Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan baik secara simultan.

Dari pernyataan diatas, untuk lebih membuktikan adanya pengaruh penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha dapat dilakukan dengan menggunakan uji F. Pada uji F memperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $17,914 > 2,77$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  Maka terdapat pengaruh yang signifikan dari antara Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha.

Dapat juga ditunjukkan bahwa dari uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa media sosial dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh sebesar 39% terhadap Minat

Berwirausaha sedangkan 61% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini (Heriyansyah et al., 2020).

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan diatas maka dapat digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian yaitu:

- 1) Media sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan, terbukti kebenarannya.
- 2) Pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan, terbukti kebenarannya.
- 3) Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh Minat Berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan, terbukti kebenarannya.

#### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan data yang telah dikumpulkan mengenai bagaimana pengaruh penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan terhadap Minat Berwirausaha diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan media sosial terhadap Minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan dilihat dari hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien dan hasil uji t dengan thitung > ttabel yaitu  $3,624 > 1,672$  dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Maka hipotesis 1 diterima yang berarti ada pengaruh signifikan antara media sosial (X1) terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan (Y).
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Pendidikan kewirausahaan terhadap Minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan dilihat dari hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien dan hasil uji t dengan thitung > ttabel  $3,531 > 1,672$  dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Maka hipotesis 2 diterima yang berarti ada pengaruh signifikan antara pendidikan kewirausahaan (X2) terhadap minat berwirausaha Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan.
3. Pengaruh penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha dapat dilakukan dengan menggunakan uji F. Pada uji F memperoleh nilai Fhitung >

Ftabel yaitu  $17,914 > 2,77$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  Maka terdapat pengaruh yang signifikan dari antara Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

#### DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Christina Menuk Sri Handayani, Tony Susilo Wibowo, & Tri Ari Prabowo. (2020). Media Sosial Dan Pendidikan Kewirausahaan Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen. *Majalah Ekonomi*, 25(2), 110–121. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol25.no2.a2941>
- Heriyansyah, H., Ginanjar, M. H., & Mujahidah, F. (2020). Implementasi Manajemen Keuangan Dalam Menunjang Efektifitas Kegiatan Di Yayasan Az-Zikra Sentul Bogor. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(02), 74–82. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30868/im.v3i2.870>
- Hidayat, A., Fatimah, S., & Rosidin, D. N. (2022). Challenges And Prospects Of Islamic Education Institutions And Sustainability In The Digital Era. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 351–366. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/nzh.v5i2.2106>
- Ho, C.-Y., Tsai, B.-H., Chen, C.-S., & Lu, M.-T. (2021). Exploring Green Marketing Orientations Toward Sustainability The Hospitality Industry In The Covid-19 Pandemic. *Sustainability*, 13(8), 4348. <https://doi.org/10.3390/su13084348>
- Indraswati, D., Hidayati, V. R., Wulandari, N. P., & Mulyda, M. A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 17–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p17-34>
- Indriyani, L., & Margunani, M. (2019). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 848–862. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28315>
- Jumadi, R., & Mustofa, N. H. (2022). Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis. *Al Maal: Journal Of*

- Islamic Economics And Banking*, 3(2), 115. <https://doi.org/10.31000/Almaal.V3i2.5270>
- Kusumadewi, V. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(2), 105–112.
- Listiawati, M. (2020). *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Di Mahasiswa Fkip Uns*.
- Muhiba, F. N. (2020). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Siswa Menjadi Entrepreneur Kelas Xii Jurusan Rpl Smkn 9 Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. <http://etheses.uin-malang.ac.id/Id/Eprint/17361>
- Nurhayati, A. (2020). Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 87–94. <https://doi.org/10.34308/eqien.V7i2.141>
- Nurhayati, N. (2022). *Efektivitas Pengelolaan Dana Biaya Operasional Sekolah Tahun 2019 Di Uptd Sd 84 Parepare (Analisis Manajemen Keuangan Syariah)*. Iain Parepare. <http://repository.iainpare.ac.id/Id/Eprint/3419>
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203–216.
- Rajagukguk, P., Haryono, B., Hardani, H., & Fadholi, A. (2021). Promotion And Price Analysis Of Purchase Decisions Bear Brand Milk During The Covid-19 Pandemic At Pt. Aneka Rasa Citra Sejati, Jakarta. *International Journal Of Social And Management Studies*, 2(5), 37–43. <https://doi.org/10.5555/ijosmas.V2i5.69>
- Satrionugroho, B., & Tomo, S. (2020). Analisa Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 87–93. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/ekl.V3i2.10690>
- Setiawan, A., Abdillah, F., & Fatra, F. (2021). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Mata Pelajaran Kewirausahaan Siswa Smk Teuku Umar Semarang. *Journal Of Vocational Education And Automotive Technology*, 3(2), 132–139.
- Shoimah, S. (2019). Pengaruh Self Efficacy, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unisda Lamongan. *J-Macc*, 2(2). <http://repository.unisda.ac.id/Id/Eprint/378>
- Supeni, R. E., & Efendi, M. (2018). Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Perguruan Tinggi

Swasta Di Kabupaten Jember. *Unej E-Proceeding*, 449–463.

<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/6696>

Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap

Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal Of Business Administration (Jba)*, 2(1), 1–15.

Syaifullah, M. S. (2021). Manajemen Keuangan Pendidikan. *Scolae: Journal Of Pedagogy*,

4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.56488/scolae.v4i1.86>

Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan Dan

Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas

Ekonomi Uki Toraja. *Jekpend: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 74.