

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, PENGGUNAAN
MEDIA SOSIAL, DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA**

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

Nisaul Layyinah

NIM 2005026053

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185, Telp /Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

Lamp. : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Persetujuan Pembimbing
An. Sdr. Nisaul Layyinah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Nisaul Layyinah
NIM : 2005036053
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **“pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang)”**

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 12 Juni 2024

Pembimbing I

Dr. Nurudin, S.E., MM

NIP. 199005232015031004

Pembimbing II

Mardhiyaturrositaningsih, ME

NIP. 199303112019032020

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka KM 2 Kampus III Ngaliyan Semarang
Telp. /Fax. (024) 7608454 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Nisaul Layyinah
NIM : 2005026053
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha
(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS pada 28 Juni 2024 serta dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 10 Juli 2024

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Septiana Na'afi, M.S.I.
NIP. 198909242019032018

Sekretaris Sidang

Dr. Nurudin, S.E., MM
NIP. 199005232015031004

Penguji Utama I

Riska Wijavanti, M.H.
NIP. 199304082019032019

Penguji Utama II

Arif Afendi, S.E., M.Sc
NIP. 198505262015031002



Pembimbing I

Dr. Nurudin, S.E., MM
NIP. 199005232015031004

Pembimbing II

Mardhiyaturrositaningsih, M.E.
NIP. 199303112019032020

NOTA PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang

Nomor : 1741/Un.10.5/D.1/DA.08.05/06/2024

13 Juni 2024

Lamp. : -

H a l : Penunjukan menjadi Dosen
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :
Dr. Nurudin,SE.,MM
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nisaul Layyinah
NIM : 2005026053
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial,
dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha (Studi
pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang)

Maka, kami berharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi.

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II Saudara/I Mardhiyaturrositaningsih,SE,Sy.,ME.
Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

An.Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

MUCHAMAD FAUZI

Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (QS. Ar-Ra’d: 11)

“Perubahan menuju kesuksesan berawal dari perubahan dalam diri sendiri”

Rasulullah SAW bersabda, “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia (lainnya).” (HR. Ahmad, Thabrani, Daruqutni)

“Menjadi yang terbaik dengan memberikan manfaat melalui

Kewirausahaan”

PERSEMBAHAN

Bismillaahirrahmaanirrohiim

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan banyak kenikmatan yakni memberi kekuatan, kesabaran, dan kelancaran kepada diri penulis dalam penyusunan skripsi ini. Tak lupa pula shalawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada Baginda kita Nabi *Akhiruzzaman* yakni Nabi Muhammad SAW. Dengan rasa bersyukur nan bahagia karena dapat menyelesaikan skripsi ini, Karya skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Muniroh dan Bapak Tohari yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, dan dukungan serta menjadi penenang serta penguat jiwa penulis dalam menyelesaikan kewajiban pendidikannya. Kalian adalah sumber inspirasi dan motivasi terbesar dalam hidup saya.
2. Keluarga besar Pondok Pesantren Assa'idiyyah, Bapak K.H. Abu Bakar Muhtarom, Ibu Nyai Hj. Raudhatul Jannah, K.H. Umar Hamdan, Nyai Hj. Lihayati. Khususnya keluarga Bapak H. Syahrofil Anam dan Ibu Hj. Uswatun Hasanah yang dengan tulus telah memberikan dukungan baik moral maupun materiil sepanjang perjalanan kuliah ini. Bantuan yang diberikan tidak hanya berupa pembiayaan kuliah, namun juga nasehat, bimbingan, dan dukungan yang terus menerus. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang berlipat ganda kepada beliau.
3. Kedua kakak saya, Ahmad Saekhu dan Khoirul Alam, S.Kom, serta sepupu saya Aenia Ramadhan yang selalu memberikan motivasi, dukungan yang tak terhingga serta perhatian yang tiada henti.
4. Teruntuk seseorang yang terkasih, terima kasih atas rasa sayang, kesabaran, dukungan, dan pengertian yang tak pernah habis.
5. Teman-teman KKN Posko 136 yang telah menjadi keluarga baru serta banyak memberikan warna dalam hidup saya.
6. Segenap teman jurusan Ekonomi Islam B, KMCS, dan terkhusus Citra aidika, Baharudin, mba Mila, mba Sri, Fikrotul Azka, Maunah, Naurotul Fariha, Nurul Hayah, Terimakasih atas bantuan dan kebersamaannya dalam perjalanan ini.

7. Terakhir kepada diri saya sendiri, Nisaul Layyinah. Terimakasih sudah berjalan sejauh ini, terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan diri sendiri hingga detik ini, walau sering mengeluh namun saya bangga kepada diri sendiri, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi dari hari ke hari, kehidupan dunia akan segera bermula.
8. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Terimakasih.

DEKLARASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nisaul Layyinah

NIM : 2005026053

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang)”

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa karya skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh pihak lain. Demikian pula karya skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai rujukan.

Semarang, 12 Juni 2024

Deklarator,



Nisaul Layyinah

NIM: 2005026053

PEDOMAN LITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting untuk memastikan konsistensi dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf bahasa Arab harus disalin kedalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu pedoman transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

1. Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...ئِ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَ...ؤِ	Fathah dan wau	Au	A dan u

C. Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

D. Syaddah

Dalam tulisan bahasa Arab, syaddah atau tasydid ditandai dengan simbol tertentu. Tanda syaddah biasanya ditunjukkan dengan tanda (-) yang menunjukkan pengulangan atau penekanan pada huruf tersebut.

Contoh : (مَدَّ) : madda

E. Ta'marbutah

1. Ta'marbutah yang mendapatkan harakat fathah, kasrah, dan dammah, biasanya dalam transliterasi disingkat menjadi "t".

Contoh : رَوْضَةٌ : raudatu

2. Ta'marbutah yang mati atau yang mendapatkan harakat sukun dalam transliterasi biasanya diwakili dengan huruf "h".

Contoh : رَوْضَةٌ : raudah

3. Ketika Ta'marbutah diikuti oleh kata sandang "al" (ال), transliterasi dalam bahasa Arab biasanya menggunakan huruf "h".

Contoh : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raudah al-atfāl

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf "ال" yang disebut "alif lam"

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah (huruf matahari) dalam bahasa Arab diubah sesuai dengan bunyinya. Huruf "I" dalam kata sandang diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang tersebut.

Contoh : الشَّمْسُ : asy-syamsu

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah dalam bahasa Arab diubah sesuai dengan aturan yang ditentukan sebelumnya dan juga sesuai dengan bunyinya.

Contoh : الْقَلَمُ: al-qalamu

ABSTRAK

Tingkat pengangguran di Indonesia sebagian besar disumbang oleh kalangan terdidik. Selain itu, dikalangan terdidik angka wirausaha tergolong masih rendah. Guna mengatasi masalah ini, pemerintah berkolaborasi dengan lembaga pendidikan melalui pendidikan kewirausahaan. Dimana lembaga pendidikan memainkan peran penting dalam membentuk motivasi kewirausahaan pada generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diperoleh berdasarkan rumus *Slovin*. Data didapatkan dengan metode kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengolahan guna menganalisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SPSS versi 27.

Hasil yang diperoleh dari hasil analisis bahwasannya variabel penggunaan media sosial, dan ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Sedangkan pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh pada minat berwirausaha. Dilihat dari nilai *Adjusted R square* yakni 0,599 membuktikan bahwa 59,9 persen variabel minat berwirausaha bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen pada persamaan regresi. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel selain ketiga variabel yang diadopsi dalam penelitian ini yakni sebesar 40,1 persen.

Kata kunci : Minat Berwirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Ekspektasi Pendapatan.

ABSTRACT

The unemployment rate in Indonesia is largely contributed by the educated community. In addition, among the educated, the number of entrepreneurs is still relatively low. To overcome this problem, the government collaborates with educational institutions through entrepreneurship education. Where educational institutions play an important role in shaping entrepreneurial motivation in the younger generation. This study aims to examine and analyze the influence of entrepreneurial knowledge, social media use, and income expectations on entrepreneurial interest.

The sample in this study was 100 respondents obtained based on the Slovin formula. The data was obtained by a questionnaire method distributed to students of the Faculty of Economics at PTN throughout Semarang City using the purposive sampling technique. Processing to analyze the data in this study was carried out using SPSS version 27.

The results obtained from the analysis results are that the variables of social media use, and income expectations affect entrepreneurial interest. Meanwhile, entrepreneurial knowledge has no effect on entrepreneurial interest. Judging from the Adjusted R square value of 0.599, it proves that 59.9 percent of the entrepreneurial interest variable can be explained by the three independent variables in the regression equation. While the rest is explained by variables other than the three variables adopted in this study, which is 40.1 percent.

Keywords: Entrepreneurial Interest, Entrepreneurial Knowledge, Social Media Use, and Income Expectations.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M. Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Nurudin, SE, MM. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan bapak Ferry Khusnul Mubarak, SE, MM. Selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Zuhdan Ady Fataron, MM., selaku Wali Dosen dalam proses menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang
5. Bapak Dr. Nurudin, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Mardhiyaturrositaningsih, ME., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, arahan, dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
7. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan, terima kasih telah memberikan support dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, dan sebagai evaluasi dari lokasi penelitian. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Sehingga, kritik dan saran penulis harapkan dalam perbaikan dan pembelajaran di masa mendatang.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semarang, 12 Juni 2024

Penulis,



Nisaul Layvinah

NIM 2005026053

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vii
DEKLARASI	viii
PEDOMAN LITERASI	ix
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR GRAFIK	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. <i>Entrepreneurial Event Theory</i>	15
B. Minat Berwirausaha	17
1. Definisi Minat Berwirausaha	17
2. Faktor Pendorong Minat Berwirausaha.....	18
3. Indikator Minat Berwirausaha.....	25
B. Pengetahuan Kewirausahaan.....	25

1.	Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan.....	26
2.	Indikator Pengetahuan Kewirausahaan	30
C.	Penggunaan Media Sosial	31
1.	Pengertian Penggunaan Media Sosial	31
2.	Fungsi Media Sosial	32
3.	Jenis-jenis Media Sosial	33
4.	Indikator Penggunaan Media Sosial.....	41
D.	Ekspektasi Pendapatan	37
1.	Pengertian Ekspektasi Pendapatan	37
2.	Macam-macam Pendapatan.....	40
3.	Indikator Ekspektasi Pendapatan.....	39
E.	Penelitian Terdahulu.....	44
F.	Kerangka Pemikiran.....	49
G.	Pengembangan Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN		53
A.	Jenis dan Sumber Data	53
B.	Populasi Dan Sampel	54
C.	Teknik Pengumpulan data	57
D.	Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	57
E.	Teknik Analisis Data	60
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		67
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	67
B.	Teknik Analisis Data	72
1.	Karakteristik Responden	72
2.	Uji Instrumen Penelitian.....	74
a)	Uji Kelayakan Data	66
b)	Uji Asumsi Klasik	69
c)	Uji Regresi Linier Berganda	74
d)	Uji Hipotesis	84

C. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	87
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang yang sudah menyelesaikan Mata Kuliah Kewirausahaan	55
Tabel 3.2 Variabel Pengukuran	58
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin	72
Tabel 4.2 Data Kepemilikan Usaha	72
Tabel 4.3 Data Mahasiswa berdasarkan Universitas	73
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi	79
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Signifikansi Parsial	85
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengangguran Terbuka	1
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	44
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	77
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 2 Data Responden	113
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data Kuesioner	117
Lampiran 4 Hasil Olah Data SPSS	128

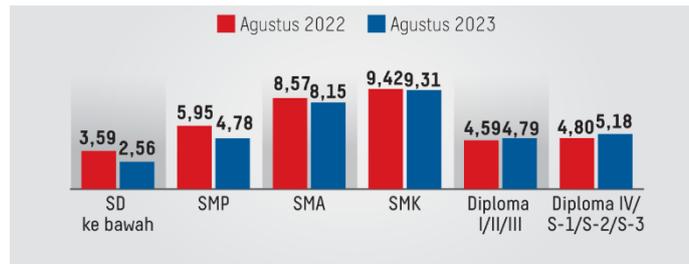
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia termasuk salah satu negara dengan jumlah penduduk yang besar. Hal tersebut dibuktikan dari data yang menunjukkan bahwasannya penduduk Indonesia mencapai total 279.390.358 pada tahun 2024. Sedangkan tahun sebelumnya terdata sebanyak 277.534.122, menunjukkan bahwa total penduduk Indonesia mengalami peningkatan sebesar 0,8 persen.¹ Permasalahan yang masih marak di Indonesia salah satunya yakni pengangguran. Biasanya, pengangguran terjadi karena tidak sebandingnya antara banyaknya angkatan kerja dengan lapangan pekerjaan. Selain itu, kurangnya minat masyarakat dalam membangun lapangan pekerjaan untuk dirinya ataupun orang lain. Data yang tercatat pada Badan Pusat Statistik (BPS), total Angkatan kerja pada Februari 2020 yakni 137,91 juta orang, bertambah sebesar 1,73 juta orang dibandingkan Februari 2019.

Gambar 1.1 Total Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan (%)



Sumber: Data Bps, 2023

Terlihat pada gambar 1.1, Secara nominal, pada bulan Agustus 2023 total pengangguran terbuka mencapai 7,86 juta orang, mengalami penurunan sekitar 560.000 orang dibandingkan dengan Agustus 2022. Dibandingkan dengan bulan Februari 2023, terjadi penurunan sekitar 130.000 orang. Namun, penurunan jumlah pengangguran ini terutama disebabkan oleh penurunan tingkat pengangguran dikalangan yang

¹ "Jumlah Populasi Negara Indonesia," Review, world population, 2024, <https://worldpopulationreview.com/countries/indonesia-population>. diakses pada 10/06/2024

memiliki pendidikan rendah dan menengah. Sebaliknya, tingkat pengangguran di kalangan yang berpendidikan tinggi malah mengalami peningkatan yakni pada kelompok diploma sebesar 0,2 persen, sementara di kelompok yang memiliki gelar sarjana universitas tercatat peningkatan 0,38 persen.² Masalah ini juga dialami di provinsi Jawa Tengah, dimana tercatat di Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 tingkat pengangguran menurut pendidikan terakhir bahwa dari tamatan D4 atau jenjang lebih tinggi mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya yakni sebesar 2,41 persen.³

Indonesia memerlukan wirausaha baru untuk turut mendukung penguatan struktur perekonomian negara. Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) memberikan partisipasi yang signifikan pada perkembangan ekonomi negara.⁴ Kamassamad, anggota komisi XI menjelaskan bahwa wirausaha Indonesia masih sangat sedikit dengan kisaran 3,18%. Angka tersebut sangat tertinggal dari negara ASEAN yakni Malaysia 4,74%, Thailand 4,26% dan Singapura 8,76%.⁵

² Bps, “*Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan, 2021-2022*,” Bps.Go.Id, 2023, <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE3OSMy/tingkat-pengangguran-terbuka-berdasarkan-tingkat-pendidikan.html>.

³ Badan Pusat Statistik, “*Data Pengangguran Provinsi Jawa Tengah Menurut Pendidikan Terakhir*,” Bps.Go.Id, 2024.

⁴ Muhammad Luqman Hakim and Mardhiyatur Rosita Ningsih, “*Financial Accessibility of Small and Medium Enterprise (SMEs) in Surakarta City*,” JIFA (Journal of Islamic Finance and Accounting) 3, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.22515/jifa.v3i1.2342>.

⁵ Feby Novalius, “*J*,” Okezone, 2023, <https://economy.okezone.com/read/2023/02/09/320/2762257/jumlah-pengusaha-di-indonesia-sedikit-kalah-dibanding-malaysia-dan-thailand>.

Grafik 1.1 Data Pelaku Wirausaha di Indonesia Menurut Status Usaha dan Pendidikan Terakhir (Agustus 2023)



Sumber: Data diolah, 2023⁶

Berdasarkan grafik 1.2 menyatakan bahwa jumlah pelaku wirausaha pada tingkat pendidikan terakhir universitas masih tergolong rendah yakni sebesar 1,39 juta wirausaha. Sedangkan yang berpendidikan SMA jumlahnya lebih besar yakni 6,36 juta. Data diatas menunjukkan bahwasannya lulusan perguruan tinggi yang berminat berwirausaha masih tergolong rendah. Mereka cenderung memilih bekerja sebagai pegawai kantor, buruh, dan karyawan dibandingkan membangun lapangan pekerjaan baru.

Meskipun para sarjana seharusnya memiliki keterampilan yang memadai untuk bersaing pada pasar kerja, tetapi kenyatannya semakin tinggi tingkat pendidikan individu, tidak selau semakin mudah bagi mereka untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini artinya bahwa masalah pengangguran terdidik masih menjadi problematika serius yang dialami oleh Indonesia

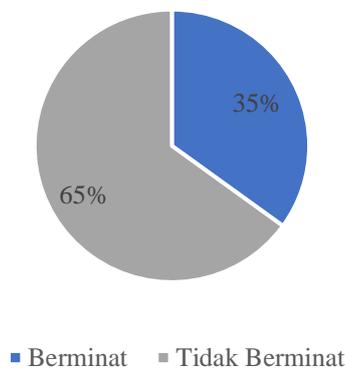
⁶ Adi Ahdiat, “Jumlah Pelaku Wirausaha Di Indonesia Berdasarkan Pendidikan Terakhir Dan Status Usaha (Agustus 2023),” databoks, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/15/ini-pertumbuhan-jumlah-wirausaha-di-indonesia-sampai-2023#:~:text=Berlandaskan definisi tersebut%2C per Agustus,tak tetap%2Fburuh tak dibayar.>

saai ini.⁷ Sehingga perlu ada cara baru agar dapat meningkatkan minat mahasiswa yang berpendidikan wirausaha untuk berwirausaha. Semakin besar jumlah orang yang berwirausaha, maka semakin besar jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia sehingga pengangguran akan teratasi dengan beragamnya lapangan pekerjaan yang tersedia oleh wirausaha.⁸

Berwirausaha juga bisa menambah pola pikir bahwa tidak hanya untuk lingkungan sendiri, tetapi juga berguna bagi masyarakat guna meningkatkan pendapatan juga kesejahteraan negara.

Penjelasan tersebut bertolak belakang dengan hasil pra survei yang dilaksanakan peneliti yakni sebagai berikut:

Grafik 1.2 Data Minat Berwirausaha Mahasiswa setelah menempuh Mata Kuliah Kewirausahaan



Sumber: Pra Survei Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang, 2023

Hasil pra riset pada grafik 1.2 menunjukkan bahwa 35% mahasiswa berminat menjadi wirausaha yang berjumlah 14 orang. Sementara 65% lainnya sebanyak 26 mahasiswa tidak berminat berwirausaha. Pernyataan

⁷ Ika Adriana and Leonard, “Media Dan Social Schooper Terhadap Motivasi Wirausaha Pada Mahasiswa,” *Prosiding Diskusi Panel Nasional Pendidikan Kewirausahaan* 5(1), no. 3 (2017): 539–48.

⁸ Sukidjo, “Peran Kewirausahaan Dalam Mengatasi Pengangguran Di Indonesia,” *Ekonomia* 1 (2005).

tersebut menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang masih tergolong rendah.

Minat berwirausaha tidak dapat muncul secara spontan, melainkan perlu dibangun melalui sistem, seperti memasukkan mata kuliah kewirausahaan, menyelenggarakan seminar atau pelatihan kewirausahaan pada mahasiswa. Mata kuliah kewirausahaan tidak hanya menyediakan informasi dasar terkait konsep kewirausahaan, namun juga membentuk pemahaman mengenai perilaku, sikap, dan pola pikir yang diperlukan sebagai seorang wirausaha. Ini bertujuan agar mahasiswa bisa memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, juga pengalaman yang didapatkan sebagai modal untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka sendiri.

Kurangnya minat berwirausaha dikalangan lulusan perguruan tinggi sangat disayangkan. Seharusnya mengingat keterbatasan lapangan kerja yang tidak mampu menampung semua lulusan perguruan tinggi di Indonesia, sebaiknya semakin banyak lulusan perguruan tinggi yang memilih untuk menjadikan wirausaha sebagai pilihan karir mereka. Guna mendorong ini minat berwirausaha pada mahasiswa mulai diperhatikan oleh lembaga pendidikan termasuk perguruan tinggi, dengan menerapkan kurikulum dalam perkuliahan. Meskipun demikian, dampaknya belum terlihat secara signifikan. Banyak lulusan perguruan tinggi masih enggan untuk terlibat langsung dalam berwirausaha yang tercermin dari meningkatnya pengangguran terdidik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Siti Aisyah yakni hasil dari variabel Pengetahuan Kewirausahaan terdapat pengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.⁹ Namun, penelitian ini dilakukan oleh Dini Agusmiati dan Agus Wahyudi menyatakan bahwa pengetahuan

⁹ Siti Aisyah, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Dengan Variabel Moderator Efikasi Diri” Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu” (2020), <http://repository.uinsu.ac.id/19104/>.

kewirausahaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.¹⁰

Di Indonesia, kemajuan teknologi selalu berkembang dengan cepat setiap waktu hingga mencapai pada titik bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dengan semakin meluasnya penggunaan media sosial dalam berbagai aktivitas. Berdasarkan laporan yang diunggah oleh *We Are Social* dan disajikan dalam artikel Data Indonesia.id, jumlah total pengguna aktif media sosial Indonesia sebesar 8.167 juta pada bulan Januari 2023, setara dengan 60,4% dari banyaknya populasi negara ini.

Adanya pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial yang bijak, mahasiswa dapat belajar bagaimana mempromosikan toko *online* dengan percaya diri melalui *instagram*, *facebook*, *whatsapp*, *tiktok* dan media sosial lainnya. Karena media sosial mudah diakses oleh masyarakat umum, media sosial dapat membantu pemilik bisnis *online* memanfaatkannya untuk mempromosikan bisnis mereka. Dengan menggunakan media sosial, modal yang dikenakan akan lebih sedikit, maka pengusaha dapat meminimalkan risiko yang dihadapi. Pemilih usaha dapat menggunakan media sosial dalam berbagai cara untuk memulai bisnis, termasuk menggunakannya sebagai strategi pasar dan promosi, atau menjadi reseller atau agen produk.

¹⁰ Dini Agusmiati and Agus Wahyudin, "Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Dan Motivasi, Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating," *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 3 (2019): 878–93, <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28317>.

Pernyataan diatas bertolak belakang dari hasil pra riset yang dilakukan oleh peneliti terkait alasan ketidakminatan individu untuk menjadi wirausaha. Pra riset melibatkan 37 responden yang dapat dilihat pada gambar berikut.

Grafik 1.3
Kekhawatiran mahasiswa ketika menjadi wirausahawan



Sumber: Pra Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang, 2024

Berdasarkan hasil pra riset pada grafik 1.3, dapat disimpulkan bahwa yang berminat berwirausaha dengan adanya media sosial sebesar 37,8%, sedangkan yang tidak berminat sebesar 62,2%. Artinya, minat berwirausaha mahasiswa dengan memanfaatkan media sosial masih tergolong rendah.

Penggunaan media sosial tidak hanya terbatas sebagai alat komunikasi dengan teman, keluarga, dan kerabat, melainkan juga menjadi platform guna mencari peluang bisnis, mempromosikan usaha, juga menjual produk. Dengan menggunakan media sosial, proses menarik pembeli menjadi lebih mudah daripada dengan metode tradisional salah satunya *personal selling*. Pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan minat individu dalam berwirausaha karena memberikan akses kepada peluang usaha yang lebih besar, sambil mengurangi kekhawatiran terkait

sulitnya menarik konsumen. Oleh karena itu, peneliti akan menyelidiki apakah keberadaan media sosial memiliki dampak terhadap minat individu dalam berwirausaha.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Maria Gustina, Ati Sumiati, Mardi menjelaskan bahwa Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.¹¹ Namun berbeda dari hasil penelitian Siti Aisyah yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.¹²

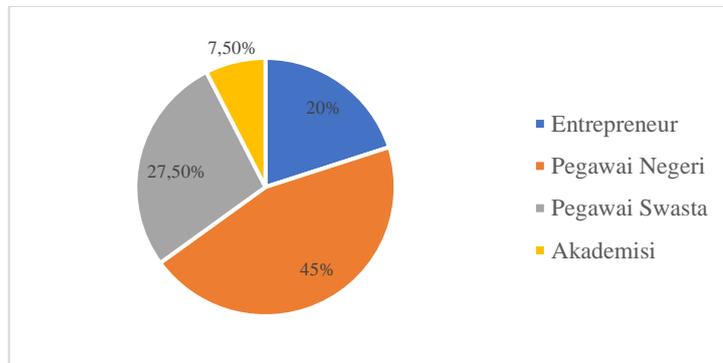
Ekspektasi merupakan dasar dari harapan dan menunjukkan keyakinan bahwa tujuan yang diinginkan akan tercapai. Ekspektasi pendapatan mencerminkan harapan individu terhadap jumlah pendapatan yang mereka harapkan. Bagi calon wirausahawan, fokus harapan umumnya lebih pada potensi pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang dapat didapatkan sebagai karyawan di Perusahaan. Menjadi wirausahawan memberikan peluang untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar dan tidak terbatas. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa pendapatan dari usaha berwirausaha bersifat tidak pasti, dapat lebih besar, lebih kecil, atau sesuai dengan ekspektasi. Mempunyai ekspektasi pendapatan yang tinggi dapat menjadi motivasi dalam memilih jalur karir sebagai wirausahawan.

¹¹ Maria Gustina, Ati Sumiati, and Mardi Mardi, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta,” *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 18, no. 2 (2022): 133–51, <https://doi.org/10.21831/jep.v18i2.41027>.

¹² Aisyah, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Dengan Variabel Moderator Efikasi Diri” Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu.”

Penjelasan diatas bertolak belakang dengan hasil pra riset yang dilakukan oleh peneliti, dilihat pada grafik dibawah ini:

Grafik 1.4 Profesi yang menghasilkan Pendapatan Tinggi



Sumber Data: Pra Riset pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang

Berdasarkan grafik 1.4, 45 persen mahasiswa Fakultas Ekonomi menyatakan bahwa profesi yang menghasilkan pendapatan yang tinggi yakni terdapat pada pegawai negeri. Sedangkan hanya 20 persen mahasiswa yang berekspektasi bahwa pendapatan yang tinggi terdapat pada wirausaha. Artinya, banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi yang masih percaya bahwa pendapatan dari berwirausaha rendah dan tidak stabil, padahal sebenarnya pendapatan dari usaha tergantung pada upaya seseorang dalam mencapai pendapatan yang lebih tinggi.

Setiap orang mempunyai harapan sendiri tentang pendapatan yang akan mereka peroleh dari pekerjaan mereka. Pendapatan ini merupakan hasil yang diterima oleh seseorang sebagai imbalan atas kinerja mereka, biasanya dalam bentuk uang. Sumber pendapatan ini dapat berasal dari pekerjaan yang dikejar atau pekerjaan yang dijalankan sendiri. Jenis pekerjaan biasanya menentukan berapa banyak uang yang diperoleh seseorang.¹³

¹³ Sukirno Sadono, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Jakarta (Raja Grafindo Persada, 2006).

Penelitian Darlis, Altri Wahida, dan Hapid menjelaskan dalam hasilnya bahwa Ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.¹⁴ Sedangkan Dimas Fahreisy Yusuf bahwa ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.¹⁵

Salah satu upaya yang dilakukan oleh perguruan tinggi untuk menginterbalisasikan jiwa dan mental wirausahawan khususnya pada diri mahasiswa yakni pendidikan kewirausahaan. Adanya pengetahuan dasar yang banyak tentang kewirausahaan dapat mempengaruhi penilaian orang lain mengenai konsep kewirausahaan tersebut.¹⁶ Hal tersebut diharapkan mahasiswa dapat menciptakan minat maupun bakat atau keahlian yang mana dapat terealisasikan dengan maksimal sebagai dukungan untuk menjadi *entrepreneur* yang hebat.

Perguruan Tinggi Negeri (PTN) se-Kota Semarang antara lain Universitas Negeri Semarang (UNNES), Universitas Diponegoro (UNDIP), dan Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo. Salah satu misi Fakultas Ekonomi UNNES yakni “Menjalankan Kerjasama guna membangun reputasi pada bidang ilmu ekonomi, pendidikan ekonomi dan bisnis”. Sedangkan salah satu misi Fakultas Ekonomi UNDIP yakni “Menyelenggarakan program pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ekonomi dan bisnis yang berdasarkan nilai-nilai lokal. Serta salah satu misi Fakultas Ekonomi UIN Walisongo yakni “Menyediakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis islam yang responsif terhadap tuntutan masyarakat”.

Dilihat dari misi yang dimiliki pada setiap PTN di Kota Semarang seperti UNNES, UNDIP dan UIN Walisongo Semarang menunjukkan komitmen mereka dalam memberikan pendidikan kewirausahaan kepada

¹⁴ Darlis, “*Pengaruh E-Commerce Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Di Kota Belopa*,” *Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* 5, no. 2 (2021): 99–106.

¹⁵ Dimas Fahreisy Yusuf, “*Minat Berwirausaha Universitas Muhammadiyah Magelang*” (Universitas Muhammadiyah magelang, 2021), http://eprintslib.ummg.ac.id/3114/1/17.0101.0012_BAB_I_BAB_II_BAB_III_BAB_V_DAFFTAR_PUSTAKA_-_Dimas_Fahreisy_Yusuf.pdf.

¹⁶ Susanti Dwi Ilhami and Muhammad Tahwin, “Peran Efikasi Diri Dalam Menumbuhkan Intensi Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa” 8, no. 1 (2023): 59–68.

para mahasiswa dengan menerapkan kurikulum kewirausahaan bertujuan agar mahasiswa berwirausaha dan berbisnis.¹⁷

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas dan beberapa hasil penelitian sebelumnya terdapat inkonsistensi atau kesenjangan penelitian dimana hasil temuan antar peneliti tidak sama sehingga perlu dilakukan penelitian kembali mengenai hal tersebut, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang)”**.

¹⁷ <https://ie.feb.undip.ac.id/kurikulum/>
<https://ie.feb.unnes.ac.id/kurikulum/>
<https://ie.febi.walisongo.ac.id/kurikulum/>

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan pada latar belakang diatas, maka dapat disusun rumusan masalah penelitian dibawah ini:

- 1) Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang?
- 2) Apakah Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang?
- 3) Apakah Ekspektasi Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang
2. Mengetahui pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang
3. Mengetahui pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang

D. Manfaat Penelitian

Harapan dari sebuah penelitian yakni guna memberikan manfaat, diantaranya adalah:

1. Manfaat secara teoritis:

Dapat menambah pengetahuan konseptual keilmuan dan memperbanyak kajian khususnya pada bidang kewirausahaan juga menambah jiwa wirausaha di lingkup Angkatan kerja yang tidak mudah untuk mencari lapangan pekerjaan.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi Peneliti: Melalui pengamatan pada penelitian fakta lapangan secara langsung diharapkan mampu menambah pemahaman khususnya bagi peneliti, juga dapat memanfaatkan peluang sekitar dengan baik. Melalui tahap tersebut, maka akan memahami bagaimana realisasi dari teori yang sudah dipelajari dalam bangku perkuliahan.
 - b. Bagi Instansi dan Lembaga Pendidikan: Dapat menambah informasi sebagai bahan juga referensi dalam meninjau kurikulum mata kuliah kewirausahaan sehingga bisa menjadi pengetahuan untuk kalangan mahasiswa dalam berwirausaha.
 - c. Manfaat Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan dapat meningkatkan motivasi dan energi positif tentang berwirausaha sehingga menciptakan semangat dalam mengadakan hal baru seperti lapangan pekerjaan.

E. Sistematika Penulisan

Berdasarkan sistematika penulisan yang urut, maka penyusunan skripsi ini meliputi:

BAB I PENDAHULUAN : bab ini menguraikan latar belakang permasalahan, menjabarkan tujuan penelitian, menjelaskan pentingnya manfaat penelitian, serta mengatur sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA : bab ini membahas tinjauan teoritis mengenai variabel yang digunakan, mencakup teori tentang pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan, dan minat berwirausaha. Bab ini juga mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang relevan, merancang kerangka pemikiran teoritis, serta merumuskan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN : bab ini memaparkan gambaran umum tempat penelitian, deskripsi karakteristik data penelitian dan responden, serta detail mengenai variabel penelitian. Bab ini juga mencakup uji instrumen serta hasil yang diperoleh dari analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN : bab ini menjelaskan hasil rumusan masalah memberikan kesimpulan penelitian, serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Entrepreneurial Event Theory*

Entrepreneurial event theory (EET) dikenalkan oleh Shapero & Sokol (1982) dan menjelaskan bahwa keputusan manusia untuk memulai bisnis memerlukan sikap dan/ atau pengalaman sebelumnya untuk menganggap aktivitas tersebut sebagai sesuatu yang diinginkan dan layak dilakukan oleh individu. Teori ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha tergantung pada persepsi individu terhadap ketertarikan dan kelayakan, berbeda dengan model TPB (*Theory Planned Behavior*), model ini lebih berfokus pada kewirausahaan. *Entrepreneurial event theory/ EET* terdiri dari persepsi keinginan (*perceived desirability*), persepsi kelayakan (*perceived feasibility*) dan *propensity to act*. Persepsi layaknya berkaitan dengan keyakinan individu akan kemampuannya untuk memulai bisnis dengan sukses, sementara persepsi keinginan (*perceived desirability*) menunjukkan seberapa besar minat individu dalam melakukan tindakan tertentu dan menangkap peluang yang ada di lingkungan sosial. Sementara *propensity to act* merupakan keinginan individu untuk melakukan tindakan atau implementasi dalam merintis sebuah bisnis.¹⁸

Entrepreneurial Event Theory (EET) lebih berfokus pada menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk melakukan tindakan kewirausahaan hingga terwujudnya penciptaan usaha. Faktor-faktor situasional dan sosial budaya menjadi pemicu bagi individu untuk terlibat dalam kewirausahaan, contohnya perubahan dalam kehidupan, kehilangan pekerjaan, atau krisis lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa

¹⁸ L. Shapero, A., & Sokol, “*The Social Dimensions of Entrepreneurship. University of Illinois at Urbana-Champaign’s Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.*” n.d., https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1497759.

keinginan untuk menjadi seorang wirausaha dipicu oleh peristiwa-peristiwa yang dialami, diinginkan dan dianggap layak oleh individu.¹⁹

Teori ini menunjukkan bahwa orang cenderung bertindak sesuai dengan kesempatan yang ada. Perubahan atau penyimpangan dari rencana awal bisa merubah perilaku seseorang dan meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan. Sumber daya seperti uang, infrastruktur, media sosial, kreatifitas, dan teknologi bisa menjadi faktor penentu dalam menilai kelayakan suatu usaha dan membangun semangat seseorang untuk berwirausaha. Teori ini juga mencerminkan bahwa faktor sosial dan budaya serta pengalaman yang diperoleh sebelumnya dapat mempengaruhi *attitude toward entrepreneurial*.²⁰

Teori ini sesuai pada penelitian ini karena memaparkan faktor-faktor yang mempengaruhi sebuah perilaku berupa pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan. Pada faktor pengetahuan kewirausahaan dapat dianggap sebagai salah satu *desirability* atau keinginan yang meningkat karena pemahaman tentang kewirausahaan. Pengetahuan mencakup wawasan tentang peluang pasar, manajemen usaha, juga keterampilan bisnis yang esensial. Sedangkan penggunaan media sosial, media sosial dapat dianggap sebagai faktor *perceived feasibility* atau kelayakan yang dirasakan. Media sosial menyediakan akses ke informasi, jaringan, dan sumber daya yang sebelumnya tidak tersedia atau sulit diakses. Ekspektasi pendapatan kaitannya dengan *desirability* dan *propensity to act*. Jika seseorang memiliki ekspektasi pendapatan yang tinggi dari aktivitas kewirausahaan, mereka cenderung melihat kewirausahaan sebagai alternatif yang menarik dibandingkan bekerja sebagai karyawan.

¹⁹ S Ramayah, T., Abidur Rahman, S., & Khadijeh Taghizadeh, “*Modelling Green Entrepreneurial Intention among University Students Using the Entrepreneurial Event and Cultural Values Theory*,” *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 11, no. 4 (2019): 394–412.

²⁰ S Joshi, M., Joshi, G., & Pathak, “*Awareness, Entrepreneurial Event Theory and Theory of Planned Behaviour as Antecedents of Student Entrepreneurial Intentions: An Indian Perspective*,” *International Journal of Business and Globalisation* 25, no. 2 (2020): 170–84.

B. Minat Berwirausaha

1. Definisi Minat Berwirausaha

Tampubolon menjelaskan bahwa minat merupakan sesuatu yang dapat berkembang dengan adanya keinginan dan kemauan seseorang jika terdapat motivasi. Sedangkan menurut Djaali, minat yaitu suatu keinginan yang melekat dalam diri seseorang yang merujuk pada suatu hal tertentu, yang kemudian tercipta dengan tindakan yang nyata.²¹ Fuadi menjelaskan, minat berwirausaha adalah kerelaan untuk bekerja keras guna memenuhi kebutuhannya tanpa takut akan resiko yang dihadapi dimasa mendatang, juga bersungguh sungguh untuk belajar dari kegagalan.²² Guilford dalam Walgito menyatakan bahwa minat merupakan keinginan untuk mencari objek tertentu, dengan berpusat pada objek tertentu dapat mempengaruhi tindakan seseorang dalam suatu kegiatan.²³

Adapun Schumpeter dalam As'ad menjelaskan bahwasannya seorang pengusaha atau entrepreneur merupakan seseorang yang berkontribusi dalam pergerakan ekonomi masyarakat dengan menghadapi berbagai resiko dalam menciptakan peluang menggunakan ide atau kreatifitasnya.²⁴ Wirausaha bisa juga diartikan sebagai seorang yang menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usahanya sendiri. Sedangkan menurut Sukardi, wirausaha merujuk pada kepribadian seseorang yang dapat diandalkan atas kekuatan sendiri. Dengan begitu mampu menetapkan keputusan dan tujuan yang ingin dituju berdasarkan pertimbangannya sendiri.²⁵

²¹ Sokhikhatul Mawadah and Fernaldi Anggadha Ratno, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang Dalam Perspektif Islam," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2018): 141, <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v8i2.141-153>.

²² Iski Fadli Fuadi, "Hubungan Minat Berwirausaha Dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK Negeri 1 Adiwerna Kabupaten Tegal," *PTM* 9 (2009).

²³ Nurudin Nurudin, "Pengaruh Minat Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Keputusan Wanita Muslim Berwirausaha," *Sawwa: Jurnal Studi Gender* 12, no. 3 (2018): 321, <https://doi.org/10.21580/sa.v12i3.2085>.

²⁴ Moh As'ad, *Psikologi Industri* (Yogyakarta: Liberty, 2002).

²⁵ Moh As'ad, *Psikologi Industri* (Yogyakarta: Liberty, 2002).

Berdasarkan kamus istilah Ekonomi, seorang wirausahawan adalah individu yang mempunyai kemampuan untuk menjalankan aktivitas produksi, mulai dari perencanaan, pengaturan, pelaksanaan proses produksi, hingga menanggung resiko. Menurut pemikiran ahli ekonomi, wirausahawan adalah individu yang menggabungkan berbagai faktor produksi yakni sumber daya alam (SDA), tenaga kerja, material, peralatan, dan lainnya untuk mengembangkan nilai tambah menjadi lebih tinggi dari sebelumnya.²⁶

Minat berwirausaha yang dijelaskan oleh Santoso yakni kesungguhan untuk berfokus pada perbuatan wirausaha dengan perasaan senang karena merasakan manfaat dalam dirinya.²⁷ Berdasarkan perspektif waktu, minat berwirausaha dapat dibagi menjadi empat golongan, yakni:

- a. Minat berwirausaha dalam kurun waktu dekat/ setelah lulus.
- b. Minat berwirausaha pada masa mendatang.
- c. Minat berwirausaha dalam dua tahun mendatang.
- d. Belum merencanakan waktu untuk memulai.

2. Faktor Pendorong Minat Berwirausaha

Faktor yang mendukung minat berwirausaha dapat dibagi menjadi tiga faktor kritis, yaitu:

- a. Faktor personal, yang meliputi aspek-aspek kepribadian, antara lain:
 - 1) Pekerjaan yang tidak sesuai keinginan. Ketidakkcocokan antara pekerjaan yang dilakukan dengan minat atau keinginan individu dapat mendorong seseorang untuk memulai usaha sendiri.

²⁶ MM Dr. Kabul Wahyu Utomo, M.Si Rizqon Halal Syah Aji, Ph.D Havis Aravik, M.SI, "Islamic Entrepreneurship: Konsep Berwirausaha Ilahiyah.," *Edu Pustaka*, 2022, 1–266.

²⁷ Santoso, *Lingkungan Tempat Tinggal Dalam Menentukan Minat Berwirausaha FKIP UNS, (Laporan Penelitian)*. Surakarta: UNS (Surakarta: UNS, 1993).

- 2) Terjadi PHK (pemutusan hubungan kerja). Pemutusan kerja dapat menjadi pendorong untuk mencoba berwirausaha sebagai alternatif pekerjaan.
 - 3) Lapangan pekerjaan minim. Ketika lapangan pekerjaan konvensional sulit ditemukan, berwirausaha bisa menjadi pilihan yang menarik.
 - 4) Dorongan usia mendukung. Usia yang semakin matang seringkali diiringi dengan keinginan untuk memiliki kontrol lebih besar atas karir dan kehidupan, sehingga mendorong minat berwirausaha.
 - 5) Berani mencoba dan tahu resiko. Sikap berani mencoba hal baru dan memiliki pemahaman yang realistis terhadap resiko yang mungkin dihadapi juga merupakan faktor penting.
 - 6) Minat dan berkomitmen. Minat yang kuat dan komitmen yang tinggi terhadap bidang usaha tertentu dapat menjadi pendorong yang kuat untuk berwirausaha.
- b. Faktor lingkungan, yang mencakup aspek-aspek kemasyarakatan dan sosial seperti:
- 1) Persaingan antar dunia kehidupan. Persaingan yang ada dalam kehidupan sehari-hari bisa menimbulkan motivasi untuk mencoba berwirausaha.
 - 2) Pemanfaatan sumber daya sekitar. Kemampuan dalam menggunakan sumber daya yang tersedia di sekitar, seperti modal bersama, tabungan, atau bangunan yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha.
 - 3) Berpartisipasi dalam pembelajaran kursus atau pendidikan di instansi. Pendidikan atau pelatihan kewirausahaan dapat membantu meningkatkan minat berwirausaha.
 - 4) Kemudahan dan bantuan pemerintah. Dukungan dan fasilitas dari pemerintah dapat memberikan dorongan bagi seseorang untuk berwirausaha.

- 5) Bimbingan usaha dengan ahli. Mendapatkan bimbingan dari ahli atau mentor bisnis dapat membantu mengembangkan minat berwirausaha.
- c. Faktor Sosiologis, yang mencakup hubungan dalam keluarga dan lingkungan sekitar, seperti:
- 1) Relasi dengan sesama. Hubungan *interpersonal* yang baik dengan orang lain dapat membuka peluang untuk berwirausaha.
 - 2) Bekerjasama dengan tim. Kemampuan bekerjasama dengan tim dapat membantu dalam menjalankan bisnis.
 - 3) Dukungan dan cara asuh orang tua. Pengaruh dari keluarga, terutama orang tua, dalam memberikan dorongan dan pola asuh yang mendukung juga dapat memengaruhi minat berwirausaha.
 - 4) Modal dari keluarga. Dukungan modal dari keluarga dapat memberikan modal awal yang diperlukan untuk memulai usaha.
 - 5) Pengalaman dari bisnis sebelumnya. Pengalaman dari bisnis sebelumnya, baik sukses maupun gagal, dapat menjadi pembelajaran berharga dalam membangun minat berwirausaha.

Para ahli menjelaskan bahwasannya individu memiliki jiwa kewirausahaan ketika ia memiliki dorongan untuk mencapai kesuksesan, yang diukur, dirancang, dan dilaksanakan dengan terstruktur dan terorganisir. Jiwa seorang pengusaha terdapat semangat yang tidak kenal menyerah dalam menjalankan segala jenis usaha, dan akhirnya dapat evaluasi secara objektif. Menurut Islam, tindakan nyata dari dorongan ini diinterpretasikan sebagai usaha dalam rangka ibadah guna mencari

keridhaan Allah SWT bertujuan agar mencapai keberuntungan, tidak hanya untuk kehidupan dunia maupun akhirat.²⁸

²⁸ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah* (Jakarta: Alfabet, 2003).

Adapun ayat al-Qur'an yang mengingatkan manusia dalam hal berwirausaha yakni Surat an-Najm (39-42) :

وَأَنْ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى . وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَى . ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ
الْأَوْفَى . وَأَنَّ إِلَى رَبِّكَ الْمُنْتَهَى

“Dan bahwasannya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasannya usaha itu kelak akan diperlihatkan. Kemudian akan diberi balasan yang paling sempurna, dan bahwasannya kepada Tuhanmulah kesudahan”. (QS. 53: 39-42).

Dalam ayat diatas, manusia diingatkan bahwa nasib mereka akan sesuai dengan usaha yang mereka lakukan, mereka diarahkan untuk tidak menyerah atau puas dengan pencapaian yang sudah ada, tetapi harus terus berusaha mencapai yang lebih baik. Dengan berwirausaha kita dapat mencapai kesejahteraan yang lebih baik, seperti mendorong perekonomian negara semakin meningkat dan mengurangi masalah pengangguran yang ada. Islam juga menganjurkan pada umatnya untuk berusaha menyetarakan kesejahteraan antara dunia dan akhirat.

Hal tersebut terkandung dalam surat QS Al-Qashash ayat 77, yakni:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ

“Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah SWT kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”. (QS. Al Qashash : 77).²⁹

Q.S Al Qashash ayat 77 menekankan pentingnya seimbang antara usaha dan doa kepada Allah. Manusia diajarkan bahwa setelah berusaha dengan sungguh-sungguh, maka harus berdoa agar Allah memberkahi usaha

²⁹ NU Online, “Al-Qashash Ayat 77,” NU Online, 2023.

mereka. Hal ini menunjukkan keyakinan akan peran Allah dalam menentukan hasil akhir di setiap usaha.

Qardhawi menjelaskan bahwa sikap islam pada harta tidak lain termasuk dari sikapnya pada kehidupan dunia. Dalam memandang dunia, Islam pasti akan berperan tengah-tengah dan seimbang. Islam tidak mendukung pada golongan yang menolak dunia secara mutlak, yang memandang dunia merupakan dasar kejahatan yang perlu dihindarkan. Islam juga tidak condong pada kelompok yang menjadikan dunia sebagai tujuan akhir, sesembahan, dan pujaan.³⁰

Sedangkan kata “minat” yakni bermaksud rasa ketertarikan lebih pada suatu objek atau aktivitas, tanpa adanya paksaan. Menurut Crow dan Crow minat berkaitan dengan rasa yang mendukung seseorang guna berhadapan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang diperoleh pada kegiatan itu sendiri.³¹ Dengan demikian minat dapat dilihat pada pernyataan seseorang yang menunjukkan lebih menyukai pada suatu hal daripada hal lainnya. Dapat juga diwujudkan melalui partisipasi disuatu kegiatan. Minat tidak berasal dari lahir melainkan diciptakan kemudian. dengan hal tersebut, minat berwirausaha merupakan rasa ketertarikan seseorang untuk inovatif dan kreatif guna memperoleh ide baru yang berbeda agar dijadikan dasar, kiat dalam menuju kesejahteraan hidup.

Dari sudut pandang Ekonomi Islam, berwirausaha harus berlandaskan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dijelaskan bahwa ekonomi mempelajari perilaku manusia dalam memanfaatkan sumber daya yang terbatas untuk mendapatkan barang dan jasa yang diperlukan oleh manusia.³²

³⁰Qardhawi Yusuf, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Diterjemahkan Oleh Zainal Arifin Dan Dahlia Husain*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999).

³¹Edgar Stones, *Readings in Educational Psychology*, (New Jersey: Littlefield, 2012), <https://doi.org/10.4324/9780203807385>.

³² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam, Jakarta: Rajawali Pers*, vol. 12 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), <https://osf.io/preprints/inarxiv/z62ut/>.

Para pakar mendefinisikan Ekonomi Islam sebagai disiplin ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan dengan menggunakan sumber daya yang terbatas sesuai dengan hukum syariah. Ilmu ini meneliti perilaku seorang muslim dalam masyarakat Islam yang diatur oleh prinsip-prinsip syariah. Tetapi definisi tersebut mengandung konsep yang tidak sesuai dan tidak universal. Dari pengertian tersebut, seseorang cenderung terjebak dalam keputusan yang telah diputuskan sebelumnya, dimana benar atau salah harus diterima tanpa pertimbangan lebih lanjut.³³

Penjelasan yang komprehensif harus memenuhi beberapa persyaratan, termasuk mencerminkan karakteristik dari perspektif kehidupan Islam. Persyaratan utama yakni mengintegrasikan konsep syariah ke dalam kajian ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi Islam merupakan suatu cabang ilmu sosial yang tentu saja tidak terlepas dari nilai-nilai moral. Aspek-aspek normatif nilai moral harus di akomodasikan dalam analisis fenomena ekonomi dan juga dalam proses pengambilan keputusan yang terpadu oleh prinsip-prinsip syariah.

a) Menurut Muhammad Abdul Manan

Ilmu ekonomi merupakan cabang ilmu sosial yang mengkaji problematika ekonomi masyarakat dengan memperhatikan prinsip-prinsip nilai islam sebagai sumber inspirasinya.

b) Menurut M. Umer Chapra

Ekonomi Islam adalah sebuah ilmu yang dimanfaatkan guna mewujudkan kebahagiaan manusia melalui pengaturan dan pembagian sumber daya yang terbatas, dengan mematuhi prinsip-prinsip Islam, tanpa mengabaikan kebebasan individu atau tanpa memerhatikan

³³ Muhammad Abdul Manan, *Islamic Economy, Theory and Practic* (India: Idarah Adabiyah, 1986).

praktek ekonomi makro yang berkelanjutan, dengan tanpa menyebabkan ketidakselarasan dalam lingkungan.³⁴

- c) Menurut Syed Nawab Haidar Naqvi, ilmu ekonomi Islam merupakan kajian mengenai tindakan ekonomi yang mencerminkan perilaku umum orang Islam dalam masyarakat muslim kontemporer.

Dari beberapa definsi ekonomi Islam yang telah dijelaskan diatas, maka gagasan berwirausaha dalam perspektif ekonomi Islam dapat dijelaskan sebagai gagasan berwirausaha yang didasarkan pada prinsip-prinsip atau kerangka kerja Islam dan merujuk pada Al-Qur'an serta hadist.

3. Indikator Minat Berwirausaha

Untuk mempengaruhi minat berwirausaha dalam diri seseorang dapat dilihat pada beberapa indikator yakni bisa melalui pengetahuan, pengalaman bisnis sebelumnya, faktor ekonomi, kekaguman terhadap pengusaha sukses, pengaruh keluarga dan teman, serta kondisi terbatasnya lapangan pekerjaan yang mendorong untuk memulai usaha sendiri, juga dengan tujuan memanfaatkan sumber daya yang ada.

Adapun indikator minat berwirausaha sendiri yakni sebagai berikut:

- a. Ketertarikan pribadi, merujuk pada seberapa jauh individu memiliki penilaian pribadi positif atau negative terkait menjadi seorang wirausaha.
- b. Persepsi sosial norma, mengacu pada persepsi bahwa “orang-orang yang menjadi rujukan” akan menyetujui keputusan untuk menjadi wirausaha.
- c. Efikasi diri, penilaian dalam diri terhadap mudah atau sulitnya pemenuhan perilaku yang diminati.³⁵

C. Pengetahuan Kewirausahaan

³⁴ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006).

³⁵ Francisco Liñán and Yi-Wen Chen, “*Intention Model On A Two-Country Sample Core View Metadata, Citation and Similar Papers at Core.Ac.Uk Provided by Diposit Digital de Documents de La UAB*,” 2006, <http://selene.uab.es/dep-economia-empresa/>.

1. Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Kuntowicaksono, pengetahuan diartikan sebagai penggabungan dari proses kognitif yang rinci, tanggapan, pembelajaran, komunikasi, asosiasi, juga penalaran. Pengetahuan dihasilkan dari pengalaman, masukan informasi dengan panca indra juga menjadi proses yang terus berjalan hingga jangka panjang. Pengetahuan kewirausahaan dapat menciptakan pola pikir, sikap, juga perilaku pada seseorang untuk menjadi seorang wirausaha dengan menjadikan berwirausaha sebagai pilihan karir.³⁶ Notoadmojo mengemukakan bahwa pengetahuan merupakan sesuatu yang diperoleh seseorang melalui panca indranya, yaitu: penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa juga raba. Biasanya pengetahuan manusia didapatkan dari mata dan telinga.³⁷ Menurut Kerlinger dan Lee menerangkan bahwa pengetahuan merupakan hasil dari seorang individu berlandaskan pada metode ilmiah yang menyebabkan pengetahuan yang diperoleh menciptakan konsep terkait dengan sebutan ilmu pengetahuan.³⁸

Kewirausahaan berawal dari kata wira dan usaha. Wira artinya teladan, berbudi, manusia unggul, pahlawan. Sedangkan usaha merupakan perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Dengan begitu, wirausaha diartikan dengan seorang pejuang yang bertindak.³⁹ Kewirausahaan merupakan kajian ilmu yang membahas terkait nilai, dan tindakan seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara menciptakan peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dilewatinya. Menurut Peter F. drucker kewirausahaan merupakan keterampilan seseorang guna mengadakan ide yang baru dan berbeda. Namun menurut Zimmerer kewirausahaan berarti

³⁶ Retno dan Trisnadi, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha," *Jurnal 1* (2012): 113.

³⁷ M Qurri Ain Thohari, "Pengaruh Modal Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Religiusitas Terhadap Kinerja Umkm Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati" (2019), https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/12682/1/skripsi_1505026031_M_Qurri_Ain_Thohari.pdf.

³⁸ Wina Christina Davvid s Kodrat, *Enterprener Sebuah Ilmu* (Jakarta: Erlangga, 2015).

³⁹ H. A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori Dan Praktik, CV Pustaka Setia* (Bandung: Pustaka Setia, 2018).

proses menggunakan keterampilan dan ide-ide baru untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang guna meningkatkan kualitas hidup (bisnis).⁴⁰

Berdasarkan penjelasan tentang kewirausahaan yang dikemukakan oleh beberapa ahli, penulis menyimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan seseorang guna menciptakan ide baru dan cara memanfaatkan peluang dengan berbagai resiko demi memperbaiki usahanya.

Adapun peran dan fungsi pengaruh teori kewirausahaan guna mendukung pada pengembangan wirausahawan, yakni sebagai berikut:

- a. Memberikan pengaruh motivasi dan semangat dalam pribadi seseorang guna melakukan sesuatu yang ia rasa sulit dilakukan tetapi menjadi kenyataan.
- b. Ilmu kewirausahaan mempunyai kegunaan dan fungsi dapat mengantarkan seseorang untuk bekerja lebih semangat dan teratur serta focus dalam menggapai mimpinya.
- c. Memberikan inspirasi kepada banyak orang bahwa pada setiap masalah tentu ada sebuah peluang bisnis untuk dimanfaatkan.
- d. Suatu tindakan positif yang tertinggi dalam peran dan fungsi ilmu kewirausahaan ketika dipraktekan oleh orang banyak maka akan terjadi penurunan tingkat pengangguran. Juga dapat meminimalisir beban negara guna menciptakan lapangan pekerjaan.⁴¹

Berdasarkan penjelasan diatas, pengetahuan kewirausahaan merupakan teori yang menjelaskan nilai, kemampuan juga perilaku guna menghadapi segala tantangan hidup. Suryana menjelaskan kewirausahaan diperkenalkan sebagai disiplin ilmu karena kewirausahaan memuat konsep pengetahuan yang utuh juga nyata, mempunyai dua konsep yakni *venture start-up* dan *venture growth* juga memuat objek khusus yakni kemampuan

⁴⁰ Kasmir, *Kewirausahaan, Edisi Revisi, Rajawali Pers. Jakarta* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014).

⁴¹ Irham Fahmi, *Kewirausahaan: Teori, Kasus Dan Solusi, Alfabeta* (Bandung: Alfabeta, 2013).

membuat sesuatu. Pengetahuan kewirausahaan yakni segala yang diketahui terkait seluruh bentuk informasi berisi ingatan dan pemahaman terkait konsep berwirausaha yang dapat mendorong keberanian mengambil resiko guna merintis, menjalankan, dan mengembangkan usaha.⁴²

Allah SWT menciptakan manusia dijadikan makhluk yang paling mulia juga sempurna dan oleh karena itu, manusia diberikan tanggungjawab sebagai khalifah di dunia ini. Dengan keunggulan akal pikirannya, manusia memiliki kemampuan untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam guna mencapai kehidupan yang sejahtera. Menjadi seorang pengusaha tidak hanya tentang mencari kekayaan materi tanpa memerhatikan nilai-nilai dan etika dalam berbisnis. Orientasinya bukan hanya untuk mengumpulkan kekayaan semata, tetapi juga untuk menghindari terjerat dalam gaya hidup hedonis yang dapat merusak bisnisnya sendiri. Oleh karena itu, pentingnya adopsi pandangan Islam dalam memandu seorang *entrepreneur* untuk membangun usaha dengan integritas dan kebijakan yang baik.

Menurut pandangan islam, kewirausahaan dan perdagangan digolongkan dalam ranah mu'amalah, yang berarti masalah yang berkaitan dengan relasi yang sifatnya horizontal antara manusia dan akan dipertanggungjawabkan diakhirat nanti. Al-Qur'an juga menjelaskan terkait semangat kewirausahaan yang terkandung dalam surat Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهَا
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di seluruh penjuruannya dan makanlah sebagian dari rizki-Nya. Dan hanya kepada-Nya lah kamu (Kembali setelah) dibangkitkan.”⁴³

⁴² Bety Anggraeni & Harnanik, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Islam Nusantara Comal Kabupaten Pematang,” Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan X (2015): 46.

⁴³ Departemen Agama Republik Indonesia Lajnah Pentashih Mushaf Alquran, *Alquran Dan Terjemahnya* (Bandung: PT.Mizan Publishing House, 2011).

Menurut Hamka dalam tafsirnya, maksud dari ayat diatas menjelaskan bahwasannya sebagai manusia kita ditempatkan Allah SWT di muka bumi. Di muka bumi itu diberikan seluruh kebutuhan hidup kita. Tidaklah kita dibiarkan menganggur, bermalas-malasan dengan tidak berusaha. Muka bumi merupakan rendah dibawah kaki kita. Kita akan memperoleh hasil dari muka bumi ini sesuai dengan kemampuan tenaga dan ilmu.⁴⁴

Ayat ini menekankan agar kita semangat berwirausaha karena Allah memberikan kemudahan bagi manusia untuk mencari rezeki guna memenuhi segala kebutuhan hidupnya, dan segala perbuatan akan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak. sebagaimana riwayat Imam Ahmad dari Abu Abdur Rahman bahwa sahabat Umar bin Khattab pernah mendengar Rasulullah bersabda, “Seandainya kalian bertawakkal kepada Allah dengan tawakkal yang sebenar-benarnya, niscaya Dia akan memberi rezeki sebagaimana Dia memberi rezeki kepada burung. Mereka pergi dengan perut lapar pada pagi hari, dan kembali dengan perut kenyang pada sore hari.

Jika kita membahas nilai dan akhlak perspektif ekonomi Islam dan muamalah Islam, terlihat ada empat nilai penting, yakni: Rabbaniyah (Ketuhanan), akhlak, kemanusiaan, dan keseimbangan. Nilai-nilai ini mencerminkan keunikan utama dalam ekonomi Islam. Begitupun pada praktiknya, ini adalah keunikan yang komprehensif yang terlihat jelas dalam segala hal yang berdasarkan ajaran Islam.⁴⁵

Agama dan bisnis saling memengaruhi satu sama lain. tetapi tidak berarti bahwa agama boleh disalahgunakan untuk kepentingan bisnis. Pengaruh agama dalam bisnis tercermin dalam perilaku para pelaku bisnis. Dari sinilah, etika bisnis yang disepakati dan dipraktikkan oleh para pelaku bisnis terwujud.

⁴⁴ Tafsiralquran.id, “*Tafsir Surat Al-Mulk Ayat 15: Berkelanalah! Hingga Sadar Kefanaan Dunia Dan Kekalan Allah*,” 2020.

⁴⁵ Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtis Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Robbani Perss, 2001).

2. Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Adapun indikator pengetahuan kewirausahaan menurut Suryana yakni sebagai berikut:

1) Pengetahuan tentang usaha yang akan dirintis

Merintis suatu usaha memerlukan persiapan yang matang karena banyak hal yang perlu dipertimbangkan, termasuk potensi risiko yang mungkin timbul. Penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang bidang usaha yang akan dijalankan sebelum terlibat sepenuhnya dalam dunia bisnis. Beberapa aspek yang perlu dipahami sebelum memulai usaha meliputi:

- a. Memiliki pemahaman yang kuat tentang konsep produk
- b. Merumuskan visi dan misi bisnis
- c. Merencanakan strategi pemasaran produk
- d. Membuat perencanaan dan strategi bisnis

2) Pengetahuan lingkungan usaha yang ada

Memahami lingkungan usaha yang akan dijalankan merupakan hal yang penting bagi para pengusaha karena faktor lingkungan memiliki dampak signifikan terhadap kesuksesan bisnis yang akan dijalankan.

3) Pengetahuan manajemen dan organisasi

Semua Perusahaan, dari yang terkecil hingga yang terbesar, tentu memerlukan manajemen yang efektif untuk memastikan kelancaran proses pemasaran, produksi, distribusi, dan penjualan. Dengan system manajemen yang baik, dapat menghindari biaya yang tidak diperlukan.⁴⁶

D. Penggunaan Media Sosial

1. Pengertian Penggunaan Media Sosial

⁴⁶ Rike Setiawati, Zulfina Adriani, and Besse Wediawati, "Entrepreneurial Interest in Startup Business Based on Entrepreneurial Literacy and Digital Literacy," *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah* 10, no. 4 (2022): 235–50, <https://doi.org/10.22437/ppd.v10i4.18819>.

Kata “Media” berasal dari bahasa latin yang mengandung arti jamak dari “*medium*”. Secara harfiah mengacu pada perantara atau pengantar. Menurut definisi dari *National education association* (NEA), media didefinisikan sebagai segala objek yang dapat dimanipulasi, dilihat, didengar, dibaca, atau dibicarakan Bersama dengan instrument yang digunakan untuk kegiatan tersebut.⁴⁷

Media sosial merupakan sistem atau aplikasi yang dapat dimanfaatkan pengguna untuk menciptakan, berbagi konten, dan termasuk dalam jaringan sosial. Sosial media memudahkan para penggunanya untuk membuat serta berbagi jenis konten (seperti informasi, opini dan minat) dalam berbagai konteks.⁴⁸ Menurut Zarella, media sosial adalah sebuah platform yang digunakan untuk berinteraksi dengan teman-teman baik dalam kehidupan nyata maupun virtual, berfungsi sebagai media *online* untuk berbagi ide, menginspirasi kreatifitas, dan membangun komunitas melalui berbagai jenis konten seperti pesan, gambar, dan video.⁴⁹

Penggunaan media sosial adalah praktek individu yang melibatkan penggunaan alat yang digunakan untuk berbagi berita, menjalin kerja sama, dan berinteraksi dengan sesame melalui platform media sosial.⁵⁰

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee, Penggunaam media sosial oleh individu dapat dianalisis dari tiga aspek, yakni:

- a. Kuantitas waktu, yang mencakup frekuensi, intensitas, dan durasi penggunaan situs media sosial

⁴⁷ M.Pd Nurfadillah Septy., *Media Pembelajaran Pengertisn Media Pembelajaran Landasan,Fungsi,Manfaat* (Sukabumi: CV Jejak, 2021).

⁴⁸ KArina Listya Widyasari et al., *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintahan, Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi Dan Informatika* (Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018).

⁴⁹ R. Aditya, “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru,” *Fisip* 2 (2015): 1–14.

⁵⁰ F. N. Muhiba, “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Siswa Menjadi Entrepreneur RPL SMKN 9 Malang” (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020), <http://etheses.uin-malang.ac.id/17361/7/15130058.pdf>.

- b. Konten media, yang melibatkan pemilihan konten dan strategi penyampaian pesan untuk membangun komunikasi yang efektif.
- c. Ketertarikan antara individu dan media sosial, yang mengacu pada tingkat keterlibatan pengguna dengan platform tersebut.⁵¹

Menurut Puntoadi, yang ditulis dalam jurnal eswanto Sugeng, penggunaan media sosial memiliki beberapa keuntungan, yakni sebagai berikut:

- a. Menciptakan personal branding melalui media sosial tidak bergantung pada trik atau popularitas semu, karena audiens yang menentukan. Ini memungkinkan individu untuk berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapat popularitas melalui media sosial.
- b. Media sosial menyediakan kesempatan dalam berinteraksi secara lebih dekat dengan konsumen. Para pemasar dapat mempelajari kebiasaan konsumen dan berinteraksi secara pribadi, sehingga membangun ikatan yang lebih kuat.⁵²

2. Fungsi Media Sosial

Media sosial memberikan berbagai fungsi yang bervariasi untuk para pengguna-penggunanya. Pada dasarnya, media sosial bertujuan guna memperluas interaksi sosial pengguna dengan memanfaatkan teknologi internet, memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan individu lain dari seluruh dunia. Nurkarima menyatakan bahwa media sosial mempunyai beberapa fungsi dibawah ini:

- a. Media sosial dirancang untuk memperluas sosial manusia melalui penggunaan internet dan teknologi web.

⁵¹ Thea Rahmani, "*Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel*" (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016).

⁵² Siti Sugeng, Eswanto dan Laela, "*Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa,*" *Pengembangan Wiraswasta* 20, no. 03 (2018): 208.

- b. Media tersebut mampu mengubah praktik komunikasi searah dari satu lembaga media kepada banyak *audience* (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antara banyak (*audience*).
- c. Media mengubah peran manusia dari sekadar pengguna pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.⁵³

3. Jenis-jenis Media Sosial

a. Media jejaring sosial

Media sosial yang berbasis pada jejaring sosial adalah salah satu bentuk media yang populer diantara berbagai jenis media sosial. Media ini merupakan platform Dimana pengguna dapat menjalin hubungan sosial dan mengalami dampak dari interaksi tersebut di dunia virtual. Situs jejaring sosial contohnya *facebook* menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer guna membagikan banyak jenis konten seperti profil, aktivitas, dan opini pengguna, serta sebagai sarana untuk berkomunikasi melalui interaksi dalam jejaring sosial di dunia maya.

b. Jurnal *online* (Blog)

Blog adalah salah satu media sosial yang menyediakan pengguna untuk berbagi aktivitas sehari-hari, saling memberikan komentar, serta berbagi tautan web lainnya. Konsep ini pertama kali dijelaskan oleh Jorn Berger pada tahun 1997 sebagai referensi kepada jurnal *online*.

c. Jurnal *online* sederhana

Sama seperti jurnal *online* (blog), *microblogging* adalah jenis media sosial yang menyediakan pengguna untuk menulis dan membagikan aktivitas serta pendapat mereka. Secara konseptual, jenis media sosial ini merujuk pada kemunculan *twitter* yang membatasi jumlah karakter maksimal menjadi 140 karakter.

⁵³ Arum Wahyuni Purbohastuti, “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi,” *Tirtayasa Ekonomika* 12 (2017): 215.

d. Media berbagi (*media sharing*)

Situs media berbagi merupakan platform dalam media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi bermacam jenis media, termasuk dokumen, video, audio, gambar, dan lain sebagainya. Beberapa contoh situs media berbagi meliputi *Youtube*, *Flickr*, *Photobucket*, dan *Snapfish*.

e. Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial atau *bookmarking* merupakan jenis media sosial yang berfungsi guna pengorganisasian, penyimpanan, pengelola, juga mencari informasi atau berita tertentu secara daring. Informasi yang tersedia di media sosial ini umumnya tidak lengkap. Pengguna hanya diberikan cuplikan informasi berupa teks, foto, atau video singkat sebagai pengantar. Dan kemudian diarahkan ke tautan sumber informasi yang asli. Beberapa situs sosial *Bookmarking* yang populer antara lain yakni *delicious.com*, *stumbleUpon.com*, *dig.com*, *reddit.com*, dan di Indonesia terdapat *LintasMe*.

f. Media konten Bersama atau *wiki*

Media sosial ini adalah platform Dimana konten dibuat berdasarkan kolaborasi dari pengguna-penggunanya. Seperti kamus atau ensiklopedia, *wiki* menyajikan definisi, sejarah, dan referensi buku atau tautan terkait dengan satu kata atau topik tertentu kepada pengguna. Dalam prakteknya, penjelasan-penjelasan ini disusun oleh pengunjung situs tersebut. Ini berarti terjadi kerja sama atau kolaborasi dari seluruh pengunjung untuk mengisi konten dalam platform ini.⁵⁴

⁵⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Presektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, vol. 2016 (Simbiosis Rekatama Media, 2021).

4. Indikator Penggunaan Media Sosial

Ada enam indikator dalam penggunaan media sosial menurut Panagiotis Mallios yakni sebagai berikut:⁵⁵

a. Kegunaan sosial.

Dengan menggunakan media sosial kita dapat bergabung dalam suatu komunitas, kita dapat bertemu dengan orang baru secara online. Melalui media sosial, kita dapat menghubungi pelanggan diberbagai tempat dan waktu, serta memperluas jaringan dengan pelanggan.

b. Pengaruh/ norma

Perilaku seseorang di media sosial cenderung dipertimbangkan baik atau buruknya berdasarkan etika dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Jika kita sering mempromosikan produk melalui iklan atau postingan, kita memiliki peluang besar untuk mendapatkan trafik pengunjung yang tertarik untuk membeli dan menggunakan produk kita. Penting untuk memberikan informasi produk secara detail agar meningkatkan kepercayaan pelanggan.

c. Kemudahan penggunaan

Kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi sebagai hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakaiannya. Berbagai kemudahan yang diberikan oleh aplikasi media sosial yakni seperti mudahnya mendapatkan informasi, berbagai ide, atau berbagai foto yang dapat memudahkan seseorang dalam menjalankan usaha atau berwirausaha.

d. Konteks kredibilitas/ kepercayaan, adalah tingkat kepercayaan pada diri seseorang, merek, badan usaha, dan sebagainya.

Kredibilitas suatu usaha memang dapat diukur dari seberapa

⁵⁵ P Mallios, L Zampetakis, and ..., "Social Media Impact on Entrepreneurship Intention: Lessons Learned from Business Startups," ... & Entrepreneurship 32, no. April (2023), <https://repository.ulm.edu/jbe/vol32/iss2/2/%0Ahttps://repository.ulm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1069&context=jbe>.

besar dan banyaknya suatu usaha memberikan layanan dan produk yang berkualitas serta dibutuhkan oleh pelanggan. Semakin tinggi kredibilitas suatu usaha, semakin banyak pula relasi dan jaringan yang dapat terhubung dengan cepat melalui aplikasi media sosial.

e. Kelayakan

Dengan memberikan layanan dan produk yang baik melalui suatu kredibilitas atau kepercayaan, suatu usaha dapat membangun reputasi yang kuat dan meningkatkan kepercayaan pelanggan serta memungkinkan untuk memperluas jaringan bisnisnya.

f. Keinginan

Melalui media sosial, tidak hanya dapat menjangkau lebih banyak konsumen tetapi juga membangun jaringan untuk mengembangkan bisnis. Media sosial juga dapat membuka kesempatan untuk berkenalan dengan investor yang mungkin dapat membantu perkembangan usaha.

E. Ekspektasi Pendapatan

1. Pengertian Ekspektasi Pendapatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ekspektasi diartikan sebagai harapan, sementara pendapatan merujuk pada hasil dari kerja, usaha, pendapatan, penemuan yang belum pernah ada sebelumnya, dan lain sebagainya. Pendapatan mencakup segala penerimaan yang diperoleh seseorang sebagai imbalan atas jasa yang diberikan dalam proses produksi. Imbalan tersebut bisa berupa gaji, sewa, bunga, atau keuntungan, tergantung pada faktor produksi yang terlibat dalam proses tersebut.⁵⁶ Ekspektasi pendapatan mengacu pada harapan seseorang untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Oleh karena itu, semakin tinggi ekspektasi pendapatan seseorang, maka semakin tinggi pula minatnya untuk berwirausaha, khususnya dikalangan mahasiswa.⁵⁷

Pendapatan adalah jumlah bruto arus kas yang diterima dari kegiatan ekonomi entitas dalam periode tertentu, dan jika arus kas tersebut menyebabkan peningkatan pada ekuitas, maka itu tidak berasal dari kontribusi modal. Menurut ilmu ekonomi, pendapatan adalah jumlah maksimum yang dapat dikonsumsi oleh individu dalam satu periode, dengan harapan bahwa pada akhir periode keadaannya akan tetap sama seperti pada awal periode.

Ekspektasi atau harapan terhadap peningkatan penghasilan yakni salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang dengan menjadi wirausaha. Jika seseorang memiliki harapan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi dengan menjadi wirausaha, maka kecenderungan untuk terjun ke dunia wirausaha atau berbisnis akan semakin

⁵⁶ Ni Made Sintya, "Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasaraswati Denpasar," *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen* 1, no. 1 (2019): 337–80, <http://journals.segce.com/index.php/JSAM/article/view/31/32>.

⁵⁷ Alcohol Education and Simple Advice, "The Effect of Income Expetation, Family Environment, Community Environment on Entrepreneurship Education With Entrepreneurship as a Mediation Variable," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 14 (2019): 63–65.

besar. Melalui berbisnis, seseorang memiliki potensi untuk memperoleh pendapatan yang besar dan tidak terbatas. Tetapi, pendapatan dari bisnis tersebut tidak dapat diprediksi secara pasti, kadang-kadang dapat melebihi ekspektasi, tetapi terkadang juga dapat berada dibawah ekspektasi yang diharapkan.

Menjadi seorang wirausaha dapat membawa keuntungan yang tidak terkira. Dengan berwirausaha, seseorang bisa mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi juga tidak terbatas sesuai dengan aspirasi untuk memenuhi kebutuhannya. Jumlah penghasilan dari berwirausaha tergantung pada upaya dan kerja keras yang dilakukan. Keinginan guna mencapai penghasilan yang tak terbatas adalah faktor yang mendorong minat seseorang untuk terlibat dalam dunia wirausaha. Penting untuk dicatat bahwa laba harus diperoleh secara jujur dan tidak dengan cara yang curang, sesuai dengan nilai-nilai yang diajarkan oleh Islam.⁵⁸ Sebagaimana ayat dibawah:

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ ۖ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ
الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ

“Barang siapa menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami tambahkan keuntungan itu baginya, dan barang siapa menghendaki keuntungan di dunia Kami akan berikan kepadanya sebagian darinya (keuntungan dunia), tetapi dia tidak akan mendapat bagian di akhirat”.⁵⁹

Dari ayat diatas, mengandung makna bahwa seseorang yang berharap mendapatkan pahala di akhirat melalui amal perbuatannya, serta menunaikan kewajiban-kewajiban kepada Allah SWT dan memberikan infaq untuk mendukung penyebaran agama Islam, Allah akan menambahkan amal perbuatannya dengan kebaikan yang dilipatgandakan

⁵⁸ Halil Khusairi, *Hukum Ekonomi Islam, Al-Qisthu: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Hukum*, vol. 16 (Jakarta: Sinar Grafika, 2019).

⁵⁹ Departemen Agama Republik Indonesia Lajnah Pentashih Mushaf Alquran, *Alquran Dan Terjemahnya*.

sepuluh kali lipat sesuai dengan kehendak-Nya. Namun, bagi yang hanya mengharapkan keuntungan dunia semata melalui amal perbuatannya, Allah akan memberikan balasan sesuai dengan apa yang telah diusahakannya, tanpa mendapatkan pahala di akhirat. Ekspektasi pendapatan ini juga sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, yang dikenal sebagai *ma'ad* (hasil/pendapatan), yang menegaskan bahwa hasil atau laba yang diperoleh di dunia akan menjadi bagian dari laba di akhirat dengan menerapkan prinsip-prinsip ajaran Islam.

2. **Macam-macam Pendapatan**

Kondisi seseorang bisa diukur melalui konsep pendapatan yang mencerminkan jumlah total uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dalam periode waktu tertentu. Jika penghasilan individu naik tetapi harga-harga barang dan jasa tetap stabil, maka kemampuannya untuk membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya, dengan artian tingkat kesejahteraannya bertambah. Secara umum, penghasilan dapat dibagi menjadi tiga golongan, yakni:

a. Gaji atau Upah

Gaji atau upah adalah imbalan yang diterima setelah seseorang melakukan pekerjaan untuk orang lain dalam rentang waktu tertentu. Seperti sehari, seminggu, atau sebulan. Upah adalah salah satu elemen penting dalam dunia kerja karena berkaitan langsung dengan kesejahteraan pekerja tergantung pada apakah upah yang diterima mencukupi kebutuhan mereka. Upah bisa diartikan sebagai harga yang harus dibayarkan kepada pekerja atas jasanya dalam proses produksi kekayaan. Ini berarti bahwa pekerja diberikan imbalan, dalam bentuk uang atau bentuk lainnya, sebagai balas jasa atas kontribusinya dalam produksi.

Dengan kata lain, upah merupakan imbalan yang diberikan kepada pekerja atas kontribusinya dalam proses produksi. Upah ini bisa berupa uang atau bentuk lainnya, yang diberikan oleh Perusahaan kepada pekerjanya. Upah sangat penting karena berhubungan erat dengan kesejahteraan para pekerja. Jika upah yang diterima mencukupi kebutuhan, maka para pekerja akan merasa lebih sejahtera.

b. Pendapatan dari usaha sendiri

Pendapatan dari usaha sendiri merupakan hasil produksi yang diperoleh dari usaha yang dimiliki secara pribadi atau oleh keluarga. Pendapatan ini didapatkan setelah mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan, seperti biaya produksi dan operasional. Usaha ini dapat

melibatkan pekerja dari anggota keluarga sendiri, dan tidak termasuk nilai sewa dari asset milik sendiri.

c. Pendapatan dari usaha lain

Pendapatan dari usaha lain adalah pendapatan yang didapatkan tanpa harus bekerja secara langsung. Contohnya adalah pendapatan dari menyewakan rumah, ternak, atau barang lainnya seperti sumbangan dari pihak lain atau pendapatan pensiun.

3. Indikator Ekspektasi Pendapatan

Terdapat dua indikator dalam ekspektasi pendapatan:

a. Pendapatan yang tinggi

Jika seseorang terlibat dalam kegiatan bisnis, dia memungkinkan mendapatkan penghasilan yang lebih besar daripada yang diperoleh oleh karyawan maupun pegawai.

b. Pendapatan yang tidak terbatas

Seorang wirausaha dapat menghasilkan sebanyak mungkin pendapatan sesuai dengan usaha dan penjualan yang dilakukannya, tanpa ada batasan tertentu, berbeda dengan karyawan atau pegawai yang penghasilannya tergantung pada kebijakan perusahaan.⁶⁰

Dalam perspektif Ekonomi Islam, Ekspektasi pendapatana adalah harapan seseorang pada penghasilan yang diperoleh dari pekerjaannya. Semakin tinggi ekspektasi pendapatan, semakin besar juga minat seseorang untuk berwirausaha. Harapan akan pendapatan yang tinggi dapat meningkatkan minat seseorang untuk memulai bisnis sendiri. Orang yang bekerja untuk dirinya sendiri cenderung memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan penghasilan yang tinggi dibandingkan dengan mereka yang bekerja untuk orang lain.

⁶⁰ Latifah Sukmawati Yuniar⁴ Hamsun, Muh Natsir, Yuldi Mile, “*Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Kepribadian, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Tadulako,*” Akun Nabelo 2 (2019).

Islam tidak menentang kehidupan dan kebutuhan materialistis, namun tidak menganggap juga materi sebagai segalanya. Dalam islam, kita dianjurkan untuk mencari rezeki dan berusaha, tetapi dilakukan harus dengan cara yang halal. Upaya untuk mendapatkan pendapatan yang halal ini tidak boleh mengurangi kewajiban utama kita dalam hal agama.

Islam tidak melarang seseorang untuk menjadi kaya, dan tidak membatasi jumlah kekayaan yang diperoleh seseorang tergantung kemampuannya. Namun, usaha tersebut harus dilakukan secara adil dan ilegal, yakni sah menurut hukum dan benar menurut standar moral. Kekayaan dalam Islam adalah amanah, dimana manusia hanya memiliki hak untuk memanfaatkannya.⁶¹

Menurut pandangan Islam, pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh dari usaha yang jelas dan halal. Kekayaan yang didapat dari pencurian, korupsi, atau transaksi ilegal dapat menyebabkan bencana di dunia dan hukuman di akhirat. Sebaliknya, harta yang halal membawa berkah di dunia dan memberikan keamanan di akhirat. Allah SWT berfirman dalam surat An Nahl ayat 114 yang memuat arti “*makanlah sebagian apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai (rezeki) yang halal lagi baik dan syukurilah nikmat Allah jika hanya menyembah kepada-Nya*”.

Berdasarkan tafsir wajiz, ayat tersebut mengandung arti “agar adzab Allah SWT tidak datang kepada kamu karena tidak mensyukuri nikmat-Nya, maka jauhilah perbuatan seperti halnya orang musyrik dan makanlah yang halal lagi baik, lebat, berigizi sesuai dan bermanfaat bagi tubuh juga kesehatan, dari rezeki yang Allah limpahkan kepadamu, dan syukurilah nikmat yang telah Allah SWT limpahkan kepada kamu dengan memanfaatkannya sesuai perintah Allah SWT. Jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya sebagai bukti imanmu”.⁶² Oleh karena itu, penting

⁶¹ Yira Dianti, “*Pengaruh E-Commerce, Kepribadian Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Ditinjau Dalam Prespektif Ekonomi Islam,*” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (2023), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5>.

⁶² NU Online, “*Arti Surat An Nahl,*” Quran.nu, 2024, <https://quran.nu.or.id/an-nahl/114>.

dipahami bahwasannya kegiatan ekonomi harus dibarengi prinsip halal dan haram. Ini mencakup produktivitas kerja, hak berpikir, konsumsi, transaksi, dan lain-lain. Bisnis Islami mencakup berbagai aktivitas bisnis tanpa membatasi jumlah kepemilikan (barang/ jasa) maupun keuntungannya. Tetapi dibatasi dalam cara mendapatkannya dan penggunaan hartanya sesuai dengan aturan halal dan haram.

F. Penelitian Terdahulu

Adapun hasil penelitian terdahulu yang penulis temukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Variabel	Hasil	Persamaan dan Perbedaan dalam Penelitian
1.	Muhammad Rizki Maizs (2021)	Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Lingkungan Keluarga (X_2), Minat berwirausaha (Y)	Pengetahuan kewirausahaan dengan lingkungan keluarga sama-sama ada pengaruh positif pada minat berwirausaha	Persamaan terdapat pada variabel pengetahuan kewirausahaan, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada variabel lingkungan keluarga. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan, pengambilan populasi dan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> sedangkan riset ini menggunakan teknik <i>probability sampling</i> .
2.	Dini Agusmiati, Agus Wahyudin (2018)	Pengaruh Lingkungan Keluarga (X_1), Pengetahuan Kewirausahaan (X_2), Kepribadian (X_3), Dan Motivasi (X_4), Minat Berwirausaha (Y)	Lingkungan keluarga & motivasi berpengaruh positif dan signifikan pada minat berwirausaha. Sedangkan variabel pengetahuan kewirausahaan dan kepribadian terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan pada minat berwirausaha.	Persamaan terdapat pada variabel pengetahuan kewirausahaan, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada variabel lingkungan keluarga, kepribadian dan motivasi. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan, pengambilan populasi dan sampel menggunakan <i>Purposive Sampling</i> sedangkan riset ini menggunakan teknik <i>Proportional Cluster Random Sampling</i> .

3.	Titik Haryanti (2023)	Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Minat Berwirausaha (Y)	Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausahaan.	Persamaan terdapat pada variabel pengetahuan kewirausahaan, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada pengambilan populasi dan sampel menggunakan <i>Purposive Sampling</i> sedangkan riset ini menggunakan teknik <i>Random Sampling</i> .
4.	Safrinanda Harahap, Liana Atika, Asmar Yulastri, Yuliana (2023)	Pengetahuan Kewirausahaan (X), Minat Berwirausaha (Y)	Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha	Persamaan terdapat pada variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Perbedaan terdapat pada metode penelitian yakni menggunakan metode kuantitatif.
5.	Ni Putu Evi Lila Sari Giri dan I Nyoman Sujana (2023)	Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Media Sosial (X_2), Minat Berwirausaha (Y)	Seluruh variabel independen masing-masing berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel dependen yakni minat berwirausaha	Persamaan terdapat pada variabel pengetahuan kewirausahaan, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> sedangkan pada riset terdahulu ini menggunakan <i>simple random sampling</i> .
6.	Ni Luh Putu Cahayani, I Ketut Westra, Ni Made Ariyati, Ni Komang Netriani, Teldi Sumarno Boling Sau (2022)	Penggunaan Media Sosial Instagram (X_1) Pendidikan Kewirausahaan (X_2) Minat Berwirausaha (Y)	Penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada minat berwirausaha.	Persamaan terdapat pada variabel penggunaan media sosial, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> sedangkan pada riset terdahulu ini menggunakan <i>proporsional random sampling</i> .

7.	Maria Gustina, Ati Sumiati, Mard (2021)	Penggunaan Media Sosial (X_1), Lingkungan Keluarga (X_2), Minat Berwirausaha (Y)	Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terdapat pengaruh positif pada minat berwirausaha.	Persamaan terdapat pada variabel penggunaan media sosial, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada variabel lingkungan keluarga. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan, pengambilan populasi dan sampel menggunakan <i>Purposive Sampling</i> sedangkan riset ini menggunakan teknik <i>Proportional Random Sampling</i> .
8.	Aprilia Ratih (2023)	Penggunaan Media Sosial (X_1), Ekspektasi Pendapatan (X_2), Motivasi (X_3), Minat Berwirausaha (Y)	Variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yakni penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan. Sedangkan variabel motivasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.	Persamaan terdapat pada variabel penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada motivasi. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan, pengambilan populasi dan sampel menggunakan <i>Purposive Sampling</i> sedangkan riset ini menggunakan teknik <i>non probability sampling</i> .
9.	Retno Mustika Dewi, Indiyani Sa'idhatun Nazilah (2023)	Penggunaan Media Sosial Instagram (X_1) Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) Minat Berwirausaha (Y)	Penggunaan media sosial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan pada minat berwirausaha. Sedangkan pengetahuan	Persamaan terdapat pada variabel pengetahuan kewirausahaan, menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaan terdapat pada penggunaan media sosial instagram. Sedangkan

			kewirausahaan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada minat berwirausaha.	penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan, pengambilan populasi dan sampel menggunakan <i>Purposive Sampling</i> sedangkan riset ini menggunakan teknik sampling jenuh.
10.	Ayu Sukoningtiyas, Hari Subiyantoro (2023)	Penggunaan Media Sosial (X_1), Ekspektasi Pendapatan (X_2), <i>Locus Of Control</i> (X_3), Minat Berwirausaha (Y)	Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan dan <i>Locus Of Control</i> sama sama terdapat pengaruh positif pada minat berwirausaha.	Persamaan terdapat pada variabel penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada variabel <i>locus of control</i> . Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan, pengambilan populasi dan sampel menggunakan <i>Purposive Sampling</i> sedangkan riset ini menggunakan teknik <i>Proportional Stratified Random Sampling</i> .
11.	Aura Chitra Azzahra (2023)	Pengaruh Ekspektasi Pendapatan (X_1), Pengetahuan Kewirausahaan (X_2), Penggunaan Media Sosial (X_3), Minat Berwirausaha (Y)	Ekspektasi pendapatan, Pengetahuan kewirausahaan, Penggunaan media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan pada minat berwirausaha.	Persamaan terdapat pada seluruh variabel yakni pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan, menggunakan metode kuantitatif, dan menggunakan teknik <i>Purposive Sampling</i>
12.	Dimas Fahreisy Yusuf (2021)	Pengaruh Jiwa Wirausaha (X_1), Akses Modal (X_2), Ekspektasi Pendapatan (X_3),	Jiwa wirausaha dan Akses modal berpengaruh positif signifikan pada minat berwirausaha	Persamaan terdapat pada variabel ekspektasi pendapatan, menggunakan metode kuantitatif, menggunakan

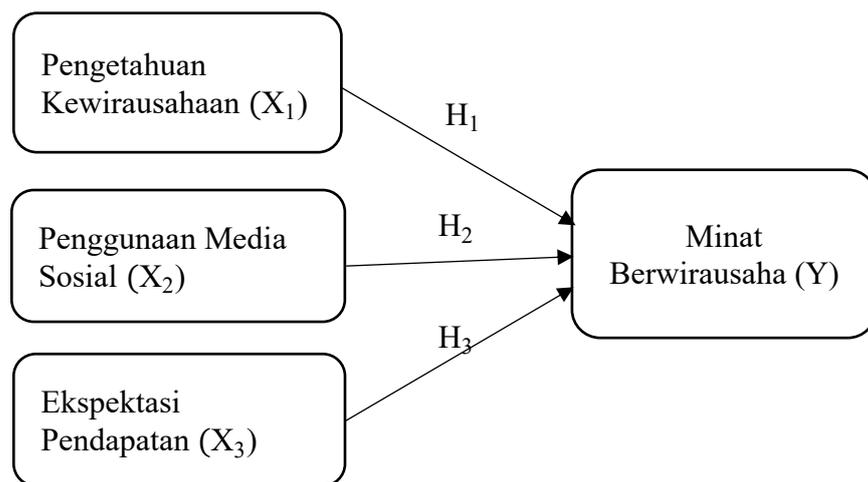
		Motivasi Minat Berwirausaha (Y)	Sedangkan Ekspektasi pendapatan dan Motivasi tidak berpengaruh pada minat berwirausaha	teknik <i>purposive sampling</i> . Perbedaan terdapat pada variabel <i>locus of control</i> . Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan.
13.	Rizky Setiawan, Abdul Malik (2021)	Ekspektasi Pendapatan (X), Minat Berwirausaha (Y)	Ekspektasi pendapatan berpengaruh pada minat berwirausaha	Persamaan terdapat pada variabel ekspektasi pendapatan, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> sedangkan pada riset terdahulu ini menggunakan <i>random sampling</i> .
14.	Jumiati, Reza, dan Sutrisno (2022)	Pendidikan Kewirausahaan (X ₁), Ekspektasi Pendapatan (X ₂), Minat Berwirausaha (Y)	Seluruh variabel independen masing-masing berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel dependen yakni minat berwirausaha	Persamaan terdapat pada variabel ekspektasi pendapatan, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> sedangkan pada riset terdahulu ini menggunakan <i>simple random sampling</i> .
15.	Anisa Fitria Nurhayati (2023)	Ekspektasi Pendapatan (X ₁), Pemanfaatan Teknologi Informasi (X ₂), Kemajuan <i>E-Commerce</i> (X ₃), Minat Berwirausaha	Seluruh variabel independen masing-masing berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel dependen yakni minat berwirausaha	Persamaan terdapat pada variabel ekspektasi pendapatan, menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan terdapat pada variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kemajuan <i>E-Commerce</i> . Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i>

				sedangkan pada riset terdahulu ini menggunakan <i>simple random sampling</i> .
--	--	--	--	--

G. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



H. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis yakni anggapan sementara pada rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah ditetapkan dalam kalimat pertanyaan. Disebut sementara, karena tanggapan yang diberikan baru dilandaskan teori yang sesuai, belum dilandaskan pada fakta-fakta sesuai lapangan penelitian melalui pengumpulan data.⁶³

1. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Kuntowicaksono menjelaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan diartikan sebagai pemahaman seseorang terkait wirausaha dengan bermacam karakter positif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat atau konsumennya.⁶⁴

Andhika Anwar memaparkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. Maksudnya, semakin banyak pengetahuan tentang dasar kewirausahaan, ide dan peluang usaha, aspek-aspek usaha, serta usaha yang akan dirintis siswa maka akan menambah minat untuk berwirausaha.⁶⁵ Begitu juga penelitian Shalsa Dhea Anora dihasilkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Pengetahuan terkait kewirausahaan penting untuk diketahui oleh setiap pelaku usaha sebagai dasar dan pionir pada berjalannya suatu bisnis yang akan dijalani.⁶⁶ Dari

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018). Hal. 63

⁶⁴ Kuntowicaksono, "Pengaruh Pengetahuan Wirausaha Dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan," *The Journal of Economic Education* 1, no. 1 (2012): 45–52, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec/article/view/349>.

⁶⁵ Andhika Anwar, "Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Di SMK Negeri 1 Soppeng," *European Journal of Endocrinology* 171, no. 6 (2019): 727–35, <https://eje.bioscientifica.com/view/journals/eje/171/6/727.xml>. diakses pada 09 Oct 2023

⁶⁶ Shalsa Dhea Anora, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Pegawai Negeri Sipil (Pns) Di Kejaksaan Negeri Batanghari)," *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 12, no. 3 (2023): 847–60.

penjelasan tersebut maka hipotesis yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

H1 = Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Saat ini, media sosial memiliki peran penting dalam mendorong minat seseorang untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Menurut Muhiba, individu yang berhasil memanfaatkan media sosial untuk mengelola bisnisnya cenderung mendorong minat orang lain untuk mengikuti langkahnya dengan berwirausaha melalui platform tersebut.⁶⁷ Nugroho menyatakan bahwa penggunaan media sosial juga secara positif dan signifikan mempengaruhi tingkat minat seseorang dalam berwirausaha.⁶⁸ Begitu juga penelitian bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, dalam pembahasannya dengan adanya media sosial wawasan tentang kewirausahaan lebih mudah diakses dan kemudahan dalam mempromosikan bisnis mereka.⁶⁹ Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan tersebut hipotesis penelitian dapat dirumuskan:

H2 = Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

⁶⁷ F. N Muhiba, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Siswa Menjadi Entrepreneur RPL SMKN 9 Malang." (2020).

⁶⁸ I Nugroho, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Akuntansi SMK Negeri 4 Klaten" (2020).

⁶⁹ Aprilia Ratih, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha," 2023.

3. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha

Muflikhata memaparkan bahwasannya ekspektasi pendapatan adalah keinginan seseorang terhadap pendapatan yang diperoleh, baik dalam bentuk uang maupun barang, untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.⁷⁰ Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pohan, menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat berwirausaha.⁷¹ Ketika pendapatan yang diharapkan dari menjadi seorang wirausaha lebih besar, maka keinginan individu untuk terlibat dalam dunia wirausaha juga meningkat. Begitupun penelitian Rizky Setiawan yang menyatakan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.⁷² Dalam pembahasannya, jika ekspektasi pendapatan yang akan diperoleh sesuai dengan usaha yang dilakukan oleh seseorang maka akan meningkatkan minat berwirausaha.

Dengan demikian, berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis penelitian dapat dirumuskan:

H3 = Ekspektasi Pendapatan berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

⁷⁰ F. W Muflikhata, “Pengaruh Trend Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo Menjadi Reseller Di Syahila Hijab Online Shop” (2019).

⁷¹ Fatimah Pohan, “Pengaruh Kepemilikan Aset Investasi, Pengetahuan Bisnis Online, Literasi Keuangan Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Bisnis Online Era Pandemi COVID-19,” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 2, no. 2 (2021): 187–93, <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v2i2.670>.

⁷² Anisa Fitri Nurhayati, “Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kemajuan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Fkip Universitas Lampung” (Universitas Lampung, 2023).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris di mana data-datanya dalam bentuk sesuatu yang dapat dihitung. Penelitian kuantitatif memperhatikan pengumpulan dan analisis data dalam bentuk numerik.⁷³ Metode kuantitatif dilakukan guna meneliti pada populasi atau sampel terpilih. Pada umumnya, Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak, penghimpunan data mengadopsi instrument penelitian, juga analisis data yang bersifat kuantitatif/ statistik yang bertujuan guna menganalisis hipotesis yang telah ditentukan.⁷⁴ Terdapat dua macam data yang diadopsi pada penelitian ini, yakni data primer dan data sekunder:

- 1) Data Primer, merupakan data yang didapat berasal dari narasumber/ responden. Data primer berbentuk data yang diperoleh dari kuesioner yang ditujukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang.
- 2) Data Sekunder, merupakan data yang didapatkan dari dokumen/ publikasi/ laporan penelitian dari dinas/ instansi ataupun sumber data lainnya yang mendukung. Seperti berbentuk dokumen laporan-laporan, buku, artikel, jurnal penelitian juga majalah ilmiah yang tidak lain kaitannya dengan materi penelitian.

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*.

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2014, h. 14

B. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu subjek atau objek yang dimanfaatkan peneliti guna meneliti, yang mana populasi tersebut terdapat ciri tertentu yang bisa ditelaah dan dapat diambil kesimpulan.⁷⁵ Populasi yang diperlukan dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian atau elemen dari sejumlah populasi yang akan diteliti. Menurut Tony Wijaya menjelaskan bahwasannya Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil berdasarkan dengan kriteria yang ditentukan.⁷⁶ Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pemilihan sampel dengan menentukan kriteria untuk dijadikan sampel.⁷⁷

Adapun untuk menentukan sampel, peneliti perlu menetapkan jenis sampel yang akan ditentukan. Kriterianya yakni sebagai berikut:

- a) Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang (Universitas Diponegoro, Universitas Negeri Semarang, dan Universitas Islam Negeri Walisongo)
- b) Mahasiswa yang telah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan (Angkatan 2021 dan 2022)

⁷⁵ Abuzar dkk, *Metode Penelitian survei*, Bogor: In Media, 2014, h. 70.

⁷⁷ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, Bandung: PT Remaja Rosdarkarya, 2013, h.156

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang
yang telah menyelesaikan Mata Kuliah Kewirausahaan

Nama PTN	Angkatan		Jumlah
	2021	2022	
UIN Walisongo	518	597	1115
UNNES	1462	1559	3021
UNDIP	1038	1002	2040
Total			6176

Sumber: Data primer Fakultas Ekonomi Undip, Unnes, dan UIN Walisongo

Untuk memilih jumlah sampel, penulis mengadopsi angka kesalahan perhitungan adalah 10% dengan tingkat kepercayaan 90%. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut.⁷⁸

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (error)

⁷⁸ Deni Dermawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013, h.156

Apabila tingkat kesalahan $N= 6176$, dan $e=10\%$, maka nilai sampel yang diteliti yakni

$$n = \frac{6176}{1+6176 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{6176}{1+61,76}$$
$$n = \frac{6176}{62,76} = 98,41$$

Dilihat dari hasil perhitungan rumus diatas, jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini yakni 98,41 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel responden.

C. Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan proses penghimpunan data primer dan sekunder dalam sebuah penelitian. Pengumpulan data dimanfaatkan untuk memecahkan suatu masalah yang sedang diteliti untuk menguji hipotesis yang telah disusun.⁷⁹

Metode yang dipakai pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner artinya teknik penghimpunan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁸⁰

Jenis kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini merupakan model tertutup karena jawaban telah disiapkan. Pengukurannya mengadopsi skala likert, yakni skala yang berisi empat tingkat preferensi jawaban. Dengan pilihan jawaban berikut:

- 1) Sangat Setuju (SS) Skor 4
- 2) Setuju (S) Skor 3
- 3) Tidak Setuju (TS) Skor 2
- 4) Sangat Tidak Setuju (STS) Skor 1

D. Variabel Penelitian dan Pengukuran

1) Variabel Penelitian

Variabel diartikan sebagai seluruh hal yang akan menjadi objek pengamatan penelitian.⁸¹ Sesuai dengan judul yang tertera maka dalam penelitian ini memakai dua variabel, yaitu:

a. Variabel bebas (*Independent*)

Variabel Independen berupa variabel yang mempengaruhi ataupun yang menjadi akibat perubahannya atau terjadinya variabel dependen (terkait).⁸² Variabel yang diadopsi pada penelitian ini

⁷⁹ Syofian siregar, *Statistika Deskriptif Untuk penelitian*, Jakarta:Rajawali Pers, 2014, h.130

⁸⁰ Sugiono, *Metode ...*, h. 142.

⁸¹ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004, h.25

⁸² Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007, h. 4

yaitu Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Penggunaan Media Sosial (X_2), Ekspektasi Pendapatan (X_3).

b. Variabel terikat (*Dependent*)

Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.⁸³ Variabel ini merupakan hasil atau respons dari perubahan dalam variabel independen. Variabel dalam penelitian ini yaitu minat berwirausaha (Y).

2) Variabel Pengukuran

Pengukuran pada penelitian ini ditujukan untuk memilih data jenis apa yang butuh didapatkan dari indikator variabel yang telah ditetapkan.⁸⁴

Tabel 3.2 Variabel Pengukuran

Variabel	Definisi	Indikator
Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)	Segala yang diketahui terkait bentuk informasi dalam bentuk ingatan dan pemahaman tentang konsep berwirausaha sehingga mendorong keberanian mengambil resiko dalam merintis, menjalankan, juga mengembangkan usaha.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang usaha yang akan dirintis. 2. Pengetahuan lingkungan usaha yang ada 3. Pengetahuan manajemen dan organisasi.⁸⁵
Penggunaan Media Sosial (X_2)	Laman atau aplikasi yang menyediakan pengguna untuk menciptakan, berbagi konten, dan terlibat dalam jaringan sosial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegunaan sosial 2. Pengaruh/ norma 3. Kemudahan penggunaan 4. Konteks kreadibilitas/ kepercayaan 5. Kelayakan

⁸³ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian...*, h. 5

⁸⁴ Caecilia Vemmy, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Siswa Smk Factors Affecting Entrepreneurial Intention of Engineering Vocational School Students," *Jurnal Pendidikan Vokasi* 2, no. 1 (2012): 117–26.

⁸⁵ Setiawati, Adriani, and Wediawati, "Entrepreneurial Interest in Startup Business Based on Entrepreneurial Literacy and Digital Literacy."

		6. Keinginan. ⁸⁶
Ekspektasi Pendapatan (X_3)	Harapan seseorang untuk mendapatkan profit yang lebih besar.	1. Pendapatan yang lebih tinggi 2. Pendapatan yang tidak terbatas. ⁸⁷
Minat Berwirausaha (Y)	Keinginan individu untuk bertindak kewirausahaan dengan membuat produk baru dengan memanfaatkan peluang bisnis dan pengambilan resiko	1. Ketertarikan pribadi 2. Persepsi sosial norma 3. Efikasi diri. ⁸⁸

⁸⁶ Mallios, Zampetakis, and ..., "Social Media Impact on Entrepreneurship Intention: Lessons Learned from Business Startups."

⁸⁷ Miftakul Alfian and Eka Hendi Andriansyah, "Impact of Income Expectations, Family Environment on Entrepreneurial Interests with Self-Efficacy as an Intervening Variable," Prisma Sains : Jurnal Pengkajian Ilmu Dan Pembelajaran Matematika Dan IPA IKIP Mataram 10, no. 3 (2022): 598, <https://doi.org/10.33394/j-ps.v10i3.5218>.

⁸⁸ Liñán and Chen, "Intention Model On A Two-Country Sample Core View Metadata, Citation And Similar Papers At Core.Ac.Uk Provided By Diposit Digital De Documents De La Uab."

E. Teknik Analisis Data

Analisis data berupa proses dalam penelitian yang mengubah data menjadi informasi yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Ismail menjelaskan bahwa analisis adalah upaya untuk mengubah data menjadi informasi hasil penelitian yang memiliki ciri tertentu.⁸⁹ Data yang sudah dihimpun kemudian dianalisis dengan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 29. Analisis data dalam penelitian ini meliputi:

a) Uji Kelayakan Data

Dalam penelitian, data memegang peran penting. Data memungkinkan pengujian hasil variabel yang diteliti sebagai bukti dari hipotesis. Keakuratan data sangat menentukan kualitas hasil penelitian, yang bergantung pada pemilihan instrumen data yang tepat. Pengujian instrumen mencakup uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Validitas merujuk pada keandalan dan ketepatan pengujian instrumen data. Dalam pengujian instrumen data, ada dua macam pengukuran validitas antara lain validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur dengan mengkolerasikan nilai item dengan keseluruhan nilai item.

Teknik uji validitas yang umum digunakan dalam SPSS adalah korelasi *Bivariate Pearson* dan korelasi item-total yang dikoreksi. Uji korelasi digunakan untuk menentukan hubungan antar korelasi serta besaran hubungan tersebut. Nilai signifikansi atau tidak signifikan dihitung dengan membandingkan nilai korelasi statistik dengan nilai kritis dalam tabel korelasi nilai r.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, data dianggap valid dan layak untuk uji hipotesis. Namun jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, data dinyatakan tidak valid atau

⁸⁹ Sri Hartati Nurdin, Ismail, *Metodologi Penelitian Sosial, Ed. Oleh Lutfiah* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019). Hal.203

tidak signifikan untuk uji hipotesis penelitian. Dalam aplikasi SPSS, korelasi bivariat digunakan untuk mengukur hubungan dan korelasi antara dua atau lebih variabel.⁹⁰

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada stabilitas data dalam penelitian.⁹¹ Uji reliabilitas menilai konsistensi alat ukur, yang berarti bahwa jika pengukuran dilakukan ulang, hasilnya akan tetap konsisten dan dapat diuji kelayakannya. Pengujian reliabilitas biasanya dilakukan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (α) dalam SPSS, dan nilai reliabel ditentukan jika $\alpha > 0,6$. Koefisien reliabilitas dinyatakan reliabel jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.⁹²

Hasil pengujian *Cronbach's Alpha* mengukur konsistensi instrumen yang digunakan dalam uji reliabilitas dengan alat statistik. Pengolahan data ini juga dapat menentukan batas keandalan dari total variabel yang digunakan dalam penelitian atau konstruk.⁹³

Dalam menggunakan SPSS untuk pengolahan data, uji reliabilitas dan stabilitas data adalah hal yang penting. SPSS membantu memudahkan pengujian keandalan dengan alat statistik, serta menyediakan evaluasi yang baik untuk memenuhi persyaratan uji berikutnya.

⁹⁰ Anwar Ali, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Aplikasinya Dengan SPSS Dan Excel* (Kediri: IAIT Press, 2009).

⁹¹ Dkk Juliandi, Azuar, Irfan, *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI, 2016).

⁹² dan Jamaluddin Idris Hamid, Marwan, Ibrahim Sufi, Wen Konadi, Yusrizal Akmal, *Analisis Jalur Dan Aplikasi SPSS Versi 25*, ed. 1, 2019.

⁹³ Anwar Ali, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Aplikasinya Dengan SPSS Dan Excel* (Medan: IAIT Press, 2009).

b) Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji asumsi klasik dari data primer, peneliti melakukan uji normalitas, uji mmultikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Dibawah ini adalah pemaparan dari masing-masing uji tersebut:

1) Uji Normalitas

Berikut adalah uji yang digunakan untuk mendeteksi apakah distribusi residual dari model regresi linier normal atau tidak. Model regresi dianggap baik jika residualnya terdistribusi normal. Ketika residual data tidak mengikuti distribusi normal, maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid. Terdapat dua metode untuk menentukan apakah residual data berdistribusi normal yakni dengan melihat grafik *normal probability plot* dan uji menggunakan uji statistik *One Sample Kolmogrov Test*.⁹⁴

- a. Data berdistribusi normal, apabila nilai sig (signifikasi) > 0,05.
- b. Data tidak berdistribusi normal, apabila nilai sig (signifikasi) < 0,05.

2) Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah guna mengetahui apakah terdeteksi korelasi antara korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dan kesalahan periode $t-1$ dalam model regresi linier. Jika ada korelasi, maka disebut terdapat masalah. Autokorelasi terjadi ketika observasi yang beruntun sepanjang waktu berhubungan satu sama lain. Model regresi yang baik yakni regresi yang terbebas dari autokorelasi.

Penelitian ini menggunakan autokorelasi uji Durbin-Watson (DW test) yang mengadopsi titik kritis yakni batas bawah (dl) dan batas atas (du). Selain itu, uji DW hanya diadopsi untuk autokorelasi tingkat satu (*First Older Autocorrelation*) dan membutuhkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi, dan tidak ada variabel

⁹⁴ Latan & Selva Temalagi Hengky, *Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS* (Bandung: Alfabeta, 2013).

lagi diantara variabel bebas. Berikut ini adalah kriteria untuk menentukan apakah ada atau tidak autokorelasi:

- a. Ketika nilai DW berada dibawah -2 diartikan terdapat autokorelasi positif.
- b. Jika nilai DW berada diantara -2 sampai +2 artinya tidak terdapat autokorelasi.
- c. Jika nilai DW diatas +2 artinya terdapat autokorelasi negatif.

3) Uji Multikolonieritas

Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan antara variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinieritas dilakukan dengan mengukur koefisien hubungan antar variabel independen. Hal ini dilakukan dengan melihat koefisien korelasi antar variabel independen. Jjika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1, maka multikolinieritas tidak terjadi.⁹⁵

4) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk menunjukkan variasi yang tidak seragam dari variabel terhadap semua observasi. Ketika variasi residual dari satu observasi ke observasi lainnya tetep konstan, ini disebut homokedastisitas. Model regresi dianggap baik ketika homoskedastisitas terpenuhi, dan jauh dari heteroskedastisitas. Ada beberapa metode untuk mendeteksinya, seperti dengan menggunakan *scatterplot*, uji Glejser, uji Park, dan uji White. *Scatterplot* sering digunakan untuk menguji heteroskedastisitas.⁹⁶

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas bisa digunakan diagram plot diantara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Proses deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati pola tertentu pada *scatterplot* antara SRESID dan

⁹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005).

⁹⁶ Winda Sarjono, Haryadi., dan Julianita, *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset* (Jakarta: Salemba Empat, 2013).

ZPRED, dimana sumbu Y menunjukkan nilai prediksi (Y yang telah diramalkan) dan sumbu X menunjukkan residual (selisih antara Y prediksi dan Y sebenarnya).

Dasar dari analisisnya yaitu:

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola pola teratur (misalnya bergelombang, melebar lalu menyempit), jadi hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.
2. Namun, jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi.⁹⁷

⁹⁷ Imam Ghozali., *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).

c) **Analisis Regresi Berganda**

Pada analisis berikut, variabel bebas digambarkan sebagai X. karena jumlah variabel bebas lebih dari satu, variabel dapat dinotasikan sebagai X₁, X₂, dan seterusnya. Oleh karena itu, simbol dan rumus umum persamaan regresi berganda yakni sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Berwirausaha

a = Bilangan Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Variabel Independen

e = Faktor Pengganggu.⁹⁸

Pengujian ini dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel independen (X) yang mencakup Pengetahuan Kewirausahaan (X₁), Penggunaan Media Sosial (X₂), juga Ekspektasi Pendapatan (X₃). Bagi variabel terikat (Y) yakni Minat Berwirausaha. Telaah ini berusaha melihat indikator hubungan ganda atas kedua variabel tersebut.⁹⁹

d) **Uji Hipotesis**

Margono dalam Kumba, menjelaskan bahwasannya istilah hipotesis berasal dari bahasa Inggris, dimana kata hipotesis berasal dari dua kata: *hypo* yang berarti kurang dari, dan *thesis* yang berarti argumen. Hipotesis adalah sementara yang digunakan sebagai dugaan awal untuk menjawab suatu permasalahan. Sementara itu, menurut Nazir dalam Kumba, hipotesis adalah rumusan perkiraan

⁹⁸ Purbayu Budi Santosa & Muliawan Hamdani, *Statistika Deskriptif Dalam Bidang Ekonomi Dan Niaga* (Jogja: Erlangga, 2007).

⁹⁹ Priyatno Duwi, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010).

yang diterima sementara sebagai dasar dari fakta dan kondisi yang akan diteliti.¹⁰⁰ Untuk menguji kebenaran pernyataan secara statistik, diperlukan pengujian hipotesis, dimana keputusan sementara dibuat untuk menerima atau menolak hipotesis. Dalam proses pengajuan hipotesis langkah-langkah yang harus dilakukan, meliputi:

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian t dilakukan guna mengidentifikasi besarnya koefisien regresi apakah mempengaruhi serta hasil signifikansi secara individu atau parsial. Signifikansi dapat ditentukan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan angka signifikansi t kurang dari 0,05 sesuai dengan ketentuan berikut ini¹⁰¹:

Ho = tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Ha = terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 berfungsi untuk mengidentifikasi tingkat peran variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 rendah, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sedikit. Sebaliknya, ketika nilai R^2 mendekati 1, ini menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi yang sudah dianalisis kemudian dikonversi menjadi presentase dengan melihat nilai dari *Adjusted R Square* pada output SPSS yang telah diolah.¹⁰²

¹⁰⁰ Kumba Digidowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, Ed* (Jakarta: LPU-UNAS, 2017).

¹⁰¹ Agus tri Basuki, *Analisis Statistik Dengan Spss* (Yogyakarta, 2015).

¹⁰² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Perguruan Tinggi Negeri (PTN) merupakan perguruan tinggi yang dikelola oleh pemerintah, yang secara tepatnya berada dibawah pengawasan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Berdasarkan informasi yang tercatat dalam Pangkalan Data Pendidikan tinggi (PDDikti) ada 9 perguruan tinggi negeri yang berada di Kota Semarang antara lain Universitas Diponegoro (UNDIP), Universitas Negeri Semarang (UNNES), Politeknik Negeri Semarang (POLINES), Akademi Kepolisian (AKPOL), Politeknik Kesehatan Kemenkes Semarang, Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang, Politeknik Pekerjaan Umum Semarang (Poltek PU Semarang), Politeknik Negeri Maritim Indonesia (POLIMARIN), dan Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo.

Kriteria responden pada penelitian ini berasal dari perguruan tinggi yang memiliki fakultas ekonomi. Oleh karena itu, yang memenuhi kriteria adalah dari Perguruan Tinggi Negeri UNDIP, UNNES, dan UIN Walisongo.

a. Universitas Diponegoro (UNDIP)

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro (FEB UNDIP) yang berdiri sejak 14 Maret 1960 merupakan salah satu fakultas di Universitas Diponegoro Semarang. Pada tahun 2011, Fakultas Ekonomi di Universitas tersebut mengubah namanya menjadi FEB UNDIP. FEB UNDIP terdapat 3 Departemen, yakni: Departemen Manajemen, Departemen Ilmu Ekonomi dan Departemen Akuntansi. FEB UNDIP mempunyai 8 Program Studi dan 1 Program Doktor, yakni sebagai berikut:

- 1) Departemen Manajemen: Pogram Studi Manajemen dan Program Studi Magister Manajemen

- 2) Departemen Ilmu Ekonomi: Program Studi Ilmu Ekonomi, Program Studi Ekonomi Islam dan Program Studi Magister Manajemen
- 3) Departemen Akuntansi: Program Studi Akuntansi, Program Studi Magister Akuntansi dan Program Pendidikan Profesi Akuntan
- 4) Program Doktor Ilmu Ekonomi

FEB UNDIP memiliki tingkat pendidikan Sarjana (S1), Magister (S2), dan Doktor (S3). Program Magister terdapat Magister Manajemen (berdiri pada 1997), Magister Akuntansi (berdiri pada 1999) dan Magister Ilmu Ekonomi (berdiri pada 2000) dan Program Doktor yang sudah dibuka sejak 2002. Juga terdapat program profesional yang disebut Pendidikan di FEB UNDIP yang telah didirikan sejak 2003. Sejak tahun 2010, Program Sarjana bertempat pada kampus baru di Prof. Soedarto, SH. Tembalang, Semarang. Sedangkan Program Pascasarjana dan Profesi Akuntansi tetap bertempat di kampus Erlangga, Jl. Erlangga Tengah No. 17 Semarang.¹⁰³

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi

Fakultas dengan karakter kewirausahaan yang menjadi pelopor dalam pembangunan yang dinamis melalui penelitian, inovasi, dan kerjasama dalam bidng ekonomi dan bisnis.

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan akademik dan profesional dalam bidang ekonomi dan bisnis yang menghasilkan lulusan yang beriman kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki kemampuan IPTEKS yang tinggi, mandiri, dan dapat berperan di tingkat global.
2. Menciptakan penelitian terbaik yang inovatif dan responsif pada perubahan lingkungan, dan mampu mendorong perubahan IPTEKS yang bermanfaat bagi masyarakat.

¹⁰³ <https://feb.undip.ac.id/>.
Diakses pada 08 April 2024

3. Mengadakan program pengabdian pada masyarakat dengan berbasis IPTEKS di bidang ekonomi dan bisnis yang berbasis IPTEKS pada bidang ekonomi dan bisnis yang berdasarkan kearifan lokal.
4. Menciptakan jaringan dan kerjasama dengan lingkup penguasa kepentingan yang relevan untuk pengembangan IPTEKS di bidang ekonomi dan bisnis yang menyalurkan manfaat bagi lingkungannya.
5. Mengadakan tatakelola pendidikan tinggi yang profesional, efisien, akuntabel, transparan, dan adil.

b. Universitas Negeri Semarang (UNNES)

Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) Universitas Negeri Semarang (UNNES) didirikan pada tahun 2006, menjadi fakultas ketujuh di UNNES. Meskipun relatif baru, FEB UNNES telah signifikan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya dalam bidang ekonomi, bisnis, dan pendidikan ekonomi. Kehadirannya saat ini dianggap penting oleh masyarakat karena pencapaian prestasinya yang mengesankan, baik ditingkat nasional maupun internasional.

Fakultas Ekonomika dan Bisnis memiliki peran yang signifikan dalam pertumbuhan UNNES. FEB menjadi cikal bakal bagi pembentukan lembaga yang dapat berdiri secara mandiri dan menghasilkan lulusan yang diakui oleh masyarakat secara luas. FEB UNNES terletak di Gedung L1, Lantai 1, Kampus Sekaran Gunungpati Semarang, Jawa Tengah, Indonesia 50229. Terdapat 5 program studi S1 yakni: Ekonomi dan Keuangan Islam, Akuntansi, Ekonomi Pembangunan, Pendidikan Ekonomi, dan Manajemen. Sedangkan program studi S2 yakni: Akuntansi, Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Pendidikan Ekonomi. Juga program studi S3 yaitu: Pendidikan Ekonomi.¹⁰⁴

¹⁰⁴ <https://unnes.ac.id/feb/profil/>.
Diakses pada 08 April 2024

Visi

Menjadi Fakultas terkenal di dunia dan pelopor kecemerlangan pendidikan dalam Pendidikan Ekonomi, Ilmu Ekonomi dan Bisnis.

Misi

1. Memberikan Pendidikan Ekonomi, Ilmu Ekonomi dan Bisnis berpengetahuan konservasi.
2. Mengadakan dan mengembangkan pengetahuan dan teknologi dalam pendidikan ekonomi, bisnis dan ilmu ekonomi.
3. Melakukan pengabdian kepada masyarakat untuk menyelesaikan masalah, membangun, dan menyejahterakan masyarakat dalam bidang pendidikan ekonomi, ilmu ekonomi, dan bisnis.
4. Penerapan tata kelola yang baik, serta kemampuan untuk menyesuaikan dan bersinergi bersama lingkungan secara berkepanjangan, dan
5. Berkolaborasi untuk meningkatkan reputasi pendidikan ekonomi, ilmu ekonomi, dan bisnis.

c. Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo

Universitas Islam Negeri Walisongo mempunyai tanggung jawab moral yang instruktif guna memperkenalkan konsep ekonomi syariah sebagai fondasi baru dalam ekonomi Indonesia, menggantikan sistem ekonomi konvensional. Tanggung jawab ini tidak hanya terbatas pada gagasan konseptual, tetapi juga pada implementasi nyata dalam upaya mempersiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang mampu menerapkan prinsip syariah dalam berbagai aspek bisnis dalam masyarakat.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam didirikan pada tanggal 13 Desember 2013 dan diresmikan oleh Dr. Suryadharma Ali, Menteri Agama Republik Indonesia. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo terdapat program studi yakni D3 Perbankan Syariah, S1 Ekonomi Islam, S1 Akuntansi Syariah, S1 Perbankan Syariah, S1 Manajemen, dan S2 Ekonomi Islam. FEBI UIN Walisongo termasuk dalam kategori fakultas yang

tergabung dalam bidang studi sosial dan humaniora (soshum). FEBI UIN Walisongo terletak pada Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III UIN Walisongo, Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50185, Indonesia.¹⁰⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Walisongo mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

Visi

“Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038”

Misi

1. Mengadakan pendidikan dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang peka terhadap kebutuhan masyarakat.
2. Mengadakan penelitian dan pengembangan dalam ilmu ekonomi dan bisnis Islam baik secara teoritis maupun praktis yang mampu mengatasi masalah-masalah masyarakat.
3. Mengadakan rekayasa sosial dan pelayanan masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam.
4. Mengeksplorasi, mengembangkan, dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal dalam ekonomi dan bisnis Islam.
5. Menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga di tingkat regional, nasional, dan internasional dalam bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat, dan pengembangan sumber daya.
6. Menyelenggarakan manajemen kelembagaan yang profesional dengan standar internasional.¹⁰⁶

¹⁰⁵ <https://febi.walisongo.ac.id/profil-febi-uin-walisongo/>.

Diakses pada 08 April 2024

¹⁰⁶ <https://febi.walisongo.ac.id/visi-misi-dan-tujuan-febi-uin-walisongo/>.

Diakses pada 08 April 2024

B. Teknik Analisis Data

1. Karakteristik Responden

a) Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi data mahasiswa Fakultas Ekonomi se-Kota Semarang berdasarkan jenis kelamin terlampir pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Mahasiswa

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-Laki	14	86%
2.	Perempuan	86	14%
Total			100%

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden menurut jenis kelamin laki laki sejumlah 14 (14%) sedangkan responden perempuan berjumlah 86 (86%). Hal tersebut menjelaskan bahwa reponden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha

Kepemilikan usaha oleh mahasiswa baik yang baru direncanakan, sedang dijalankan, maupun sudah terealisasikan mencerminkan tingginya minat mereka dalam berwirausaha. Penjelasan tersebut terlihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4.2 Data Kepemilikan Usaha Mahasiswa

Kepemilikan Usaha	Jumlah	Presentase
Belum memiliki usaha	85	85%
Sedang merintis usaha	11	11%
Sudah memiliki usaha	4	4%
Total		100%

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Tabel 4.2 memaparkan bahwasannya 85 mahasiswa berkarakteristik belum memiliki sebuah usaha dengan nilai presentase 85%, sedangkan 11

mahasiswa menyatakan sedang merintis usaha sebesar 11% dan 4 mahasiswa lainnya menyatakan bahwa sudah memiliki usaha sebesar 4%.

c) **Karakteristik Responden berdasarkan Universitas**

Tabel 4.3

Data Mahasiswa Berdasarkan Angkatan dan Universitas

Universitas	Jumlah Responden	Presentase
UNDIP	37	37%
UNNES	23	23%
UIN Walisongo	40	40%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Tabel 4.3 menunjukkan bahwasannya jumlah responden berasal dari UNDIP sebanyak 37%, sedangkan dari UNNES sebanyak 23% dan dari UIN Walisongo sebanyak 40%.

2. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Kelayakan Data

1. Uji Validitas

Tabel 4.4
Uji Validitas

Pernyataan	<i>correctead item - correlation</i>	r tabel	Keterangan
X1.1	0,795	0.165	Valid
X1.2	0,865	0.165	Valid
X1.3	0,844	0.165	Valid
X1.4	0,823	0.165	Valid
X1.5	0,845	0.165	Valid
X1.6	0,846	0.165	Valid
X2.1	0,782	0.165	Valid
X2.2	0,820	0.165	Valid
X2.3	0,695	0.165	Valid
X2.4	0,703	0.165	Valid
X2.5	0,785	0.165	Valid
X2.6	0,747	0.165	Valid
X2.7	0,727	0.165	Valid
X2.8	0,623	0.165	Valid
X2.9	0,781	0.165	Valid
X2.10	0,833	0.165	Valid
X2.11	0,835	0.165	Valid
X2.12	0,741	0.165	Valid
X3.1	0,738	0.165	Valid
X3.2	0,808	0.165	Valid

X3.3	0,823	0.165	Valid
X3.4	0,881	0.165	Valid
Y1	0,797	0.165	Valid
Y2	0,898	0.165	Valid
Y3	0,823	0.165	Valid
Y4	0,777	0.165	Valid
Y5	0,903	0.165	Valid
Y6	0,803	0.165	Valid

Sumber: SPSS yang diolah, 2024

Dilihat pada tabel 4.5, dapat diartikan bahwa seluruh item pernyataan valid karena setiap item mempunyai nilai *r-hitung* yang lebih besar dibandingkan dengan nilai *r-tabel*.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas

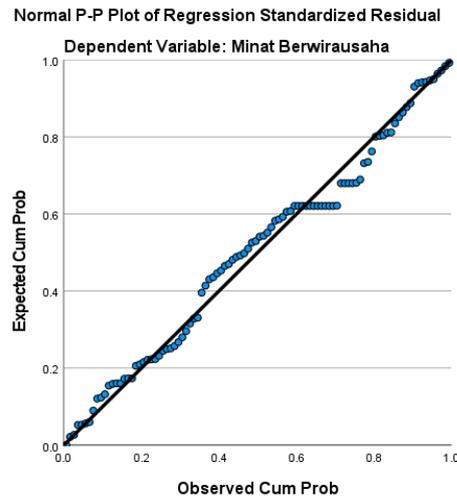
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0,914	Realibel
Penggunaan Media Sosial (X2)	0,928	Realibel
Ekspektasi Pendapatan (X3)	0,830	Realibel
Minat Berwirausaha (Y)	0,912	Realibel

Sumber: SPSS yang diolah, 2024

Dilihat dari tabel diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan pada tabel 4.6 reliabel dikarenakan per item mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6. Hal tersebut diartikan pengolahan data bisa dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

b) Uji Asumsi Klasik
1. Uji Normalitas

Gambar 4.1
Uji Normalitas



Berdasarkan gambar 4.1, hasil kurva plot menggambarkan bahwasannya titik titik pada grafik terapat juga mengikuti garis diagonalnya, maka bisa diambil kesimpulan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Sedangkan uji normalitas dengan menggunakan uji statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.36389803
Most Extreme Differences	Absolute		.087
	Positive		.087
	Negative		-.059
Test Statistic			.087
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.062
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.064
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.058
		Upper Bound	.070
<p>a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.</p>			

Sumber: output spss yang diolah, 2024

Hasil uji Reliabilitas pada tabel diatas, memperlihatkan bahwa nilai asymp. Sig sebesar 0,62 yakni lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penyebaran data dalam penelitian ini telah terdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan guna mengetahui apakah terjadi auto korelasi antara periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$). Secara sederhananya yakni analisis untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh terdapat korelasi antara data dalam satu variabel. Model regresi yang baik merupakan regresi yang tidak terjadi autokorelasi atau terbebas dari autokorelasi. Untuk melihat hasilnya yakni dengan membandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin Watson:

- 1) Apabila $DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$, maka artinya terdapat autokorelasi.
- 2) Apabila $dU < D-W < 4 - dU$, maka berarti tidak adanya auto korelasi.
- 3) Apabila $dL < DW < dU$ atau $4 - dU < DW < 4 - dL$, maka artinya tidak ada kesimpulan.

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.782 ^a	.611	.599	2.40055	1.842
a. Predictors: (Constant), Ekspektasi Pendapatan, Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial					
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha					

Sumber data: output spss yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, syarat untuk tidak terjadi autokorelasi yakni sebagai berikut:

$$dU < D-W < 4 - dU$$

$$N = 100$$

$$d = 1,842$$

$$dL = 1,6131$$

$$dU = 1,736$$

$$4-dL = 4 - 1,6131 = 2,386$$

$$4-dU = 4 - 1,7364 = 2,264$$

Jadi, dapat disimpulkan hasilnya yakni $1,736 < 1,842 < 2,264$.
Artinya tidak terdapat autokorelasi.

3. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinieritas berfungsi untuk mengetahui terjadinya hubungan atau korelasi pada setiap variabel terbebas dalam analisis model regresi.

Tabel 4.8
Uji Multikolonieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.271	1.770		-1.283	.203		
	Pengetahuan Kewirausahaan	.125	.093	.116	1.341	.183	.545	1.834
	Penggunaan Media Sosial	.323	.056	.518	5.737	.000	.496	2.014
	Ekspektasi Pendapatan	.440	.118	.277	3.727	.000	.732	1.367

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber data: output spss diolah, 2024

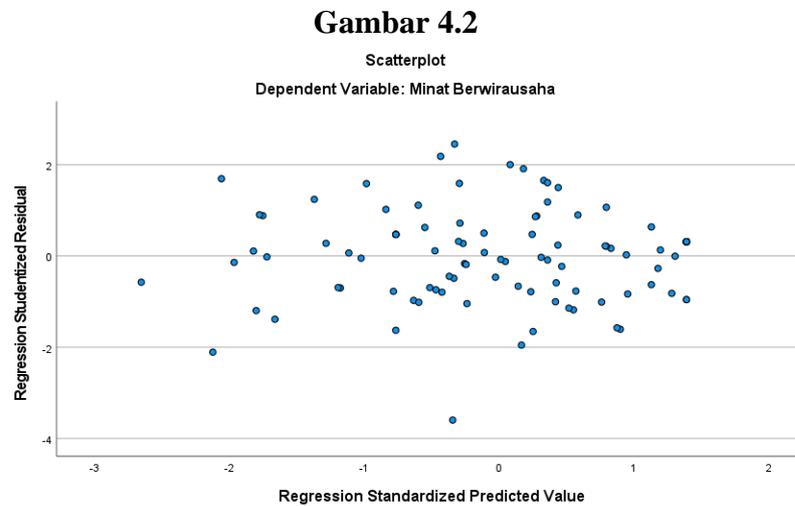
Hasil uji multikolonieritas diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai toleran lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dinyatakan bebas dari multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengidentifikasi adanya perbedaan pada varian residual di setiap penelusuran model regresi. Penelitian yang baik seharusnya tidak mengandung gejala

heteroskedastisitas atau dengan kata lain, harus memiliki sifat homokedastisitas, yakni harus memiliki sifat homokedastisitas karena terdapat bahwasannya model tersebut akan lebih akurat. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan ini menggunakan uji *scatter plot*.

Hasil uji tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: output spss yang diolah, 2024

Berdasarkan pada grafik *scatter plot* diatas terlihat bahwa titik titik dalam gambar tidak berkumpul di satu tempat melainkan tersebar secara acak, juga tidak membentuk suatu pola tertentu dilihat sumbu Y dari nilai 0 posisi titik menyebar atas dan bawah. Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

c) Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dilakukan guna mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Ekspentasi Pendapatan terhadap variabel dependen (Y) yakni Minat Berwirausaha.

Nilai koefisien regresi linier berganda dapat diketahui pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.271	1.770		-1.283	.203
	Pengetahuan kewirausahaan	.125	.093	.116	1.341	.183
	Penggunaan media sosial	.323	.056	.518	5.737	.000
	Ekspektasi pendapatan	.440	.118	.277	3.727	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: output spss yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian data pada tabel 4.10, bisa dirumuskan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -2.271 + 0,125 + 0,323 + 0,440 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) memperoleh hasil nilai -2,271. Artinya, jika nilai koefisien pengetahuan kewirausahaan (X1), penggunaan media sosial (X2), dan ekspektasi pendapatan (X3) bernilai 0 (nol) atau tidak bertambah maka nilai koefisien minat berwirausaha (Y) menurun sebesar -2,271.

2. Nilai koefisien variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) memperoleh hasil 0,125. Hal tersebut membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Dimana setiap bertambah 1 nilai pada variabel pengetahuan kewirausahaan maka minat berwirausaha juga akan bertambah 0,125 atau 12,5%.
3. Nilai koefisien variabel penggunaan media sosial (X2) memperoleh hasil 0,323. Hal tersebut membuktikan bahwasannya penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Dimana setiap kenaikan 1 nilai variabel penggunaan media sosial maka minat berwirausaha juga akan bertambah senilai 0,323 atau 3,23%.
4. Nilai koefisien variabel ekspektasi pendapatan (X3) memperoleh hasil 0,440. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Dimana setiap kenaikan 1 nilai variabel ekspektasi pendapatan maka minat berwirausaha akan bertambah sebesar 0,440 atau 4,40%.

d) Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha dengan mengadopsi uji statistik t (uji t), jika nilai t hitung $>$ t tabel, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel, diartikan H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Hasil dari pengujian terdapat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.271	1.770		-1.283	.203
	Pengetahuan kewirausahaan	.125	.093	.116	1.341	.183
	Penggunaan media sosial	.323	.056	.518	5.737	.000
	Ekspektasi pendapatan	.440	.118	.277	3.727	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber data: output spss yang diolah, 2024

Menurut tabel 4.11 dapat diuraikan dibawah ini:

1. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan

Uji t pada variabel pengetahuan kewirausahaan memperoleh hasil t-hitung sebesar 1,341 dan angka t-tabel sebesar 1,985. Sehingga hasil t-hitung < t-tabel (1,985) dengan hasil nilai signifikansi sebesar 0,183 > 0,05. Hal ini membuktikan bahwa H₀ diterima dan H₁ ditolak, dengan demikian dapat diartikan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

2. Variabel Penggunaan Media Sosial

Uji t pada variabel penggunaan media sosial memiliki hasil nilai t-hitung sebesar 5,737 dan nilai t-tabel sebesar 1,985. Sehingga nilai t-hitung > t-tabel (1,985) dengan tingkat signifikansi yakni sebesar 0,000

$< 0,05$. Berdasarkan penjelasan tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga bisa disimpulkan bahwasannya variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan pada variabel minat berwirausaha.

3. Variabel Ekspektasi Pendapatan

Uji t pada variabel ekspektasi pendapatan memperoleh nilai t-hitung yakni 3,727 dan nilai t-tabel sebesar 1,985. Dengan begitu t-hitung $>$ t-tabel (1,985) dengan angka signifikansi yakni sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

e) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengidentifikasi besaran hasil keterlibatan variabel independen pada variabel dependen. Hasil pengujian melalui SPSS didapatkan sebagai berikut:

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi (R_2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 ^a	.611	.599	2.401
a. Predictors: (Constant), Ekspektasi pendapatan, Pengetahuan kewirausahaan, Penggunaan media sosial				

Sumber: output spss yang diolah, 2024

Hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel 4.12, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yakni sebesar 0,599 atau 59,9%. Dari hasil tersebut dapat dipaparkan bahwa kemampuan partisipasi dari ketiga variabel independen yakni pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan pada satu variabel dependen yakni minat berwirausaha sebesar 59,9%. Maka sisanya ($100\% - 59,9\% = 40,1\%$) disebabkan oleh pengaruh lainnya diluar penelitian.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

a) Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Untuk mengidentifikasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022 dapat diketahui dengan adanya uji hipotesis yakni melalui uji t, uji t dilakukan guna melihat apakah pada model regresi variabel bebas (X) berpengaruh signifikan pada variabel terikat (Y). Dilihat dari data yang sudah diolah, bisa dilihat hasil analisis apakah terjadinya pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini. Juga sejalan dengan tujuan pada penelitian ini yakni mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022.

Menurut hasil pengujian dalam uji hipotesis terdapat nilai t hitung pada variabel pengetahuan kewirausahaan sebesar 1,341. Selanjutnya dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, dengan nilai t tabel 1,985. Dengan demikian dapat diketahui bahwa nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel yakni $1,341 < 1,985$, dengan nilai signifikansi pengetahuan kewirausahaan sebesar $0,183 > 0,05$. Penjelasan tersebut mengartikan bahwa tidak terdapat pengaruh positif pada variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) terhadap minat berwirausaha (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022, bisa diambil kesimpulan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa tingkat pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa tidak berpengaruh pada minat berwirausaha. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 19% dari responden tidak memiliki pengetahuan kewirausahaan yang memadai tentang cara merintis ide bisnis. Hal tersebut mencerminkan bahwa meskipun mereka memiliki pengetahuan kewirausahaan secara umum,

ketidaktahuan tentang langkah-langkah yang tepat dalam memulai bisnis menghambat minat mereka untuk berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan mencakup berbagai aspek, termasuk pemahaman tentang konsep-konsep dasar kewirausahaan, manajemen bisnis, juga pengembangan produk atau layanan. Namun, aspek-aspek ini tidak cukup guna mendorong seseorang memulai usaha jika mereka tidak memahami bagaimana cara mengaplikasikannya dalam kehidupan nyata.

Berdasarkan *grand teori* dalam penelitian ini menyatakan bahwa salah satu faktor yang berhubungan dengan variabel pengetahuan kewirausahaan yakni *perceived desirability* yang merupakan sejauh mana individu merasa bahwa memulai bisnis adalah sesuatu yang diinginkan. Namun hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Karena meskipun responden memiliki pengetahuan kewirausahaan, jika mereka tidak melihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau menarik, minat mereka untuk berwirausaha tidak akan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dihasilkan oleh Flora Puspitaningsih¹⁰⁷ bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut disebabkan dengan bekal pengetahuan saja tidak cukup untuk dijadikan modal seorang individu guna membangun usaha tetapi seorang individu harus dapat memperhatikan kondisi nyata yang terjadi di lapangan sehingga bisa memilih konsep yang akurat dalam membangun sebuah usaha.

Begitu juga penelitian yang dihasilkan oleh Dini dan Wahyudin¹⁰⁸, didapatkan hasil pengetahuan kewirausahaan tidak

¹⁰⁷ Flora Puspitaningsih, “Pengaruh Efikasi Diri Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi,” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 2, no. 2 (2014): 51–66, <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jepk/article/view/732/579>.

¹⁰⁸ Agusmiati and Wahyudin, “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Dan Motivasi, Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self

berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK di Kabupaten Pekalongan. Dalam pembahasannya, bahwa pengetahuan saja tidak cukup meskipun pada hasil pengujian deskriptif variabelnya termasuk dalam kategori yang baik, tetapi terdapat alasan lain yakni siswa yang sudah mengetahui akan berminat, namun secara rinci mereka belum memahami terkait konsep usaha yang akan dibangun, juga cara mengelola bisnisnya dengan baik.

Efficacy Sebagai Variabel Moderating. Economic Education Analysis Journal 7 (3), (2018).”

b) Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022 dapat diketahui dengan adanya uji hipotesis yakni melalui uji t, uji t dilakukan guna mengidentifikasi apakah pada model regresi variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Menurut data yang sudah dianalisis, bisa dilihat hasil pengujian apakah adanya pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini. Juga sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini yakni mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022.

Menurut hasil pengujian dalam uji hipotesis terdapat nilai t hitung pada variabel penggunaan media sosial sebesar 5,737. Dilanjut dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, dengan nilai t tabel sebesar 1,985. Dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yakni $5,737 > 1,985$, dengan nilai signifikansi penggunaan media sosial sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel penggunaan media sosial (X1) terhadap minat berwirausaha (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022. Maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan penjelasan diatas bisa ditarik kesimpulan bahwa minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022 dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Hasil nilai koefisien regresi pada variabel penggunaan media sosial sebesar 0,323 atau 32,3% yang artinya jika nilai penggunaan media sosial terjadi kenaikan dan variabel lainnya konstan atau tetap, maka

minat berwirasaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang juga mengalami peningkatan sebesar 32,3%.

Nilai koefisien penggunaan media sosial (X1) dan minat berwirausaha (Y) mempunyai nilai positif yang bermakna kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang positif atau selaras dimana kenaikan nilai penggunaan media sosial akan menyebabkan kenaikan pada minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang. Berdasarkan data survei penelitian dihasilkan bahwa 100% mahasiswa menganggap media sosial merupakan sarana yang efektif dalam mempengaruhi karena kemampuannya untuk menyediakan akses informasi yang luas, menginspirasi dan motivasi, serta dapat memfasilitasi promosi dan branding. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dalam kewirausahaan tidak hanya meningkatkan minat berwirausaha tetapi juga membantu pengusaha dalam mengembangkan dan mengelola bisnis mereka secara lebih efektif.

Hasil penelitian selaras dengan penelitian yang dihasilkan Ismiyanto Nugroho diperoleh hasil penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai t-hitung 7,652 yakni lebih besar dari t tabelnya sebesar 2,010, dengan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Menurutnya, penggunaan media sosial menjadi variabel yang terbukti dapat meningkatkan minat berwirausaha, dengan demikian guna meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa perlu adanya penggunaan media sosial guna tempat pemasaran.

Berdasarkan *grand theory* dalam penelitian ini yakni *Entrepreneurial Event* menjelaskan bahwasannya media sosial dianggap sebagai faktor *perceived feasibility* atau kelayakan yang dirasakan. Media sosial menyediakan akses informasi, jaringan, sumber daya yang sebelumnya tidak tersedia atau sulit diakses. Penggunaan media sosial dapat meningkatkan perhatian terhadap peluang

kewirausahaan, serta menyediakan platform untuk mempromosikan bisnis dan menjangkau konsumen potensial, yang pada akhirnya meningkatkan minat untuk berwirausaha.

Hasil yang selaras juga terdapat pada penelitian Ayu Sukoningtiyas dan Hari Subiyantoro¹⁰⁹ pada tahun 2023 yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Dalam pembahasannya, media sosial membuat proses komunikasi dan pertukaran informasi menjadi lebih mudah bagi seseorang, media sosial juga mempunyai bermacam konten efektif yang bisa menambah kreatifitas mahasiswa. Mahasiswa menggunakan media sosial guna mendapatkan inspirasi berwirausaha juga mempermudah promosinya dalam menjalankan usaha.

c) Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha

Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022 bisa diketahui dengan melihat uji hipotesis yakni uji t, yang mana uji t dilakukan guna mengetahui apakah model regresi variabel bebas (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Menurut hasil data yang sudah diolah, bisa dilihat hasil pengujian apakah terdapat pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022, dengan menyesuaikan rumusan masalah pada penelitian ini. Juga dengan menyesuaikan tujuan penelitian ini yaitu guna mengidentifikasi juga menganalisis pengaruh ekspektasi pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa

¹⁰⁹ Hari Subiyantoro Ayu Sukoningtiyas, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan Dan Locus Of Control Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung,” JURNAL ECONOMINA 2, no. 9 (2023).

mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022.

Menurut hasil uji hipotesis, didapatkan nilai t hitung pada variabel ekspektasi pendapatan yakni sebesar 3,727. Selanjutnya dengan mengukur nilai t hitung dengan t tabel, didapatkan nilai t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dilihat bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,727 > 1,985$, dengan nilai signifikansi pada variabel ekspektasi pendapatan sebesar 0,000, yang mana lebih kecil dari nilai α (0,05) maka dapat diperoleh $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel ekspektasi pendapatan (X3) terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan pada paparan diatas bahwasannya minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang angkatan 2021 dan 2022 dipengaruhi ekspektasi pendapatan. Dimana diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,440 atau 4,40% yang artinya jika nilai ekspektasi pendapatan terjadi kenaikan dan variabel lainnya konstan atau tetap, artinya akan terjadi peningkatan pula pada minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang sebesar 4,40%. Selain itu, koefisien ekspektasi pendapatan dan minat berwirausaha bernilai positif yang dimaksudkan kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang positif atau selaras dimana kenaikan nilai ekspektasi pendapatan akan menimbulkan kenaikan pada minat berwirausaha.

Setiawan menjelaskan bahwa ketika memilih sebuah karir sebagai seorang wirausaha, hal yang penting untuk mempertimbangkannya yakni ekspektasi pendapatan.¹¹⁰ Dimana

¹¹⁰ Deden Setiawan, "Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta," Profita Edisi 7, 2016.

seseorang dalam menentukan suatu pekerjaan pasti tidak terlepas dari penilaian gaji atau pendapatan yang akan diperolehnya untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan *Entrepreneurial Event Theory* yakni minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor *perceived desirability* dan *propensity act*.

Jika seseorang memiliki ekspektasi pendapatan yang tinggi dari aktivitas kewirausahaan, mereka cenderung melihat kewirausahaan sebagai alternatif yang menarik dibandingkan menjadi seorang karyawan. Dimana ekspektasi pendapatan yang tinggi dapat memotivasi seseorang untuk berani mengambil risiko dan mencoba memulai usaha sendiri. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil survei penelitian bahwasannya 92% responden menganggap bahwa dengan menjadi seorang wirausaha, mereka akan mendapatkan pendapatan yang lebih besar dibandingkan menjadi karyawan. Keyakinan ini memperlihatkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap potensi keuntungan finansial dari berwirausaha adalah sangat positif. Anggapan ini menjadi faktor pendorong yang mempengaruhi mereka untuk memulai usaha sendiri.

Pernyataan tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Putu Agung mahadewi dan Ni Luh Sari Widhiyani¹¹¹ diperoleh hasil ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Ayu Sukoningtiyas dan Hari Subiyantoro¹¹² pada tahun 2023 diperoleh hasil ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Dalam pembahasannya, ekspektasi pendapatan berupa kriteria pada penentuan karir untuk menjadi pegawai maupun menjadi seorang wirausaha.

¹¹¹ N. L. S. Mahadewi, G. A. P. A., & Widhiyani, “Ekspektasi Pendapatan, Penggunaan Media Sosial, ECommerce Dan Minat Berwirausaha Di Masa Pandemi Covid-19,” *E-Jurnal Akuntansi* 33, no. 6 (2023): 1600–1612.

¹¹² Ayu Sukoningtiyas, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan Dan Locus Of Control Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.” *Jurnal Economia* Volume 2, Nomor 9, (2023).

Mahasiswa mengharapkan pendapatan lebih dari pendapatan seorang pegawai instansi juga mahasiswa terdorong berminat berwirausaha guna memperoleh pendapatan yang tidak sedikit melalui berwirausaha. Dengan begitu, semakin tinggi ekspektasi pendapatan yang diperoleh dari berwirausaha, semakin tinggi pula minat untuk berwirausaha akan semakin tinggi pula.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang dijelaskan sebelumnya terkait pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media sosial, dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang, dapat disimpulkan yakni sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan Kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Pernyataan tersebut dibuktikan dari hasil t hitung $1,341 < \text{nilai } t \text{ tabel sebesar } 1,985$ dengan nilai tingkat signifikansi yakni $0,183 > 0,05$. Artinya, ketika mengalami minat berwirausaha dengan adanya bekal pengetahuan kewirausahaan, mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang tidak merasa bahwasannya pengetahuan kewirausahaan bisa menumbuhkan sebuah minat dalam berwirausaha karena secara rinci mereka belum memahami terkait konsep usaha yang akan dijalankan, juga dengan cara mengelola bisnisnya dengan baik.
- 2) Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Pernyataan tersebut dibuktikan dari hasil t hitung $5,737 > \text{nilai } t \text{ tabel yakni } 1,985$ dengan nilai signifikansi yakni $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin tinggi penggunaannya media sosial pada mahasiswa, maka akan meningkatkan minat berwirausaha. Hal tersebut disebabkan karena dengan adanya media sosial pemahaman tentang berwirausaha lebih mudah diakses juga kemudahan dalam mempromosikan usaha mereka.
- 3) Ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan t

hitung bernilai $3,727 >$ nilai t tabel senilai $1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, dengan ekspektasi pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan bekerja sebagai karyawan, dapat menjadi daya tarik guna menjadi seorang wirausaha.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, peneliti mengemukakan bahwa masih diperlukan perbaikan dalam hal penulisan dan manfaat bagi pihak terkait. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Untuk lembaga/ instansi pendidikan, diharapkan untuk meningkatkan dan memperluas kurikulum kewirausahaan, sehingga mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan kewirausahaan yang lebih mendalam dan praktis terkait dunia wirausaha. Selain itu, pengintegrasian studi kasus nyata dan pembelajaran berbasis proyek, dimana hal tersebut akan memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa. Juga perlunya kolaborasi antara institusi pendidikan dengan industri guna memberikan mahasiswa kesempatan magang atau kerja praktek diperusahaan tersebut. Hal tersebut dapat memberikan pengalaman langsung dan pemahaman lebih baik terkait tantangan dan peluang dalam dunia wirausaha.
- 2) Bagi mahasiswa, penelitian ini berfungsi sebagai pengembangan agar mahasiswa mencoba alternatif guna membuka lapangan pekerjaan bagi dirinya maupun orang lain melalui inovasi dan penciptaan hal-hal yang bermanfaat untuk berwirausaha.
- 3) Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti dukungan keluarga, lingkungan sosial, dan teknologi terbaru yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

Penelitian ini juga perlu dilakukan secara berkelanjutan guna memahami perubahan dinamika minat berwirausaha seiring perkembangan teknologi dan perubahan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru.” *Fisip 2* (2015): 1–14.
- Adriana, Ika, and Leonard. “Media Dan Social Schooper Terhadap Motivasi Wirausaha Pada Mahasiswa.” *Prosiding Diskusi Panel Nasional Pendidikan Kewirausahaan* 5(1), no. 3 (2017): 539–48.
- Agusmiati, Dini, and Agus Wahyudin. “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Dan Motivasi, Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating.” *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 3 (2019): 878–93. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28317>.
- Ahdiat, Adi. “Jumlah Pelaku Wirausaha Di Indonesia Berdasarkan Pendidikan Terakhir Dan Status Usaha (Agustus 2023).” *databoks*, 2023.
- Aisyah, Siti. “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Dengan Variabel Moderator Efikasi Diri Universitas Pendidikan Indonesia | Reporsitory.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu,” 2020.
- Alfan, Miftakul, and Eka Hendi Andriansyah. “Impact of Income Expectations, Family Environment on Entrepreneurial Interests with Self-Efficacy as an Intervening Variable.” *Prisma Sains : Jurnal Pengkajian Ilmu Dan Pembelajaran Matematika Dan IPA IKIP Mataram* 10, no. 3 (2022): 598.
- Ali, Anwar. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Aplikasinya Dengan SPSS Dan Excel*. Kediri: IAIT Press, 2009.
- Anisa Fitri Nurhayati. “Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kemajuan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Fkip Universitas Lampung.” Universitas Lampung, 2023.
- Anora, Shalsa Dhea. “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Pegawai Negeri Sipil (Pns) Di Kejaksaan Negeri Batanghari).” *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 12, no. 3 (2023): 847–60.
- Anwar, Andhika. “Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap

- Intensi Berwirausaha Siswa Di SMK Negeri 1 Soppeng.” *European Journal of Endocrinology* 171, no. 6 (2019): 727–35.
- Aprilia Ratih. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha,” 2023.
- Arifin, Zainul. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari’ah*. Jakarta: Alvabet, 2003.
- As’ad, Moh. *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty, 2002.
- . *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Ayu Sukoningtiyas, Hari Subiyantoro. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan Dan Locus Of Control Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.” *Jurnal Economina* 2, no. 9 (2023).
- Badan Pusat Statistik. “Data Pengangguran Kota Semarang Menurut Pendidikan Terakhir.” Bps.Go.Id, 2024.
- Basuki, Agus tri. *Analisis Statistik Dengan Spss*. Yogyakarta, 2015.
- Bety Anggraeni & Harnanik. “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Islam Nusantara Comal Kabupaten Pematang.” *Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan X* (2015): 46.
- Bps. “Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan, 2021-2022.” Bps.Go.Id, 2023. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE3OSMy/tingkat-pengangguran-terbuka-berdasarkan-tingkat-pendidikan.html>.
- Darlis. “Pengaruh E-Commerce Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Dikota Belopa.” *Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* 5, no. 2 (2021): 99–106.
- Davvid s Kodrat, Wina Christina. *Enterprener Sebuah Ilmu*. Jakarta: Erlangga, 2015.
- Departemen Agama Republik Indonesia Lajnah Pentashih Mushaf Alquran. *Alquran Dan Terjemahnya*. Bandung: PT.Mizan Publishing House, 2011.
- Dianti, Yira. “Pengaruh E-Commerce, Kepribadian Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Ditinjau Dalam Prespektif Ekonomi Islam.”

- Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2023.
- Digdowiseiso, Kumba. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, Ed. Jakarta: LPU-UNAS, 2017.
- Dr. Kabul Wahyu Utomo, M.Si Rizqon Halal Syah Aji, Ph.D Havis Aravik, M.SI, MM. “Islamic Entrepreneurship: Konsep Berwirausaha Ilahiyah.” *Edu Pustaka*, 2022, 1–266.
- Duwi, Priyatno. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Education, Alcohol, and Simple Advice. “The Effect of Income Expetation, Family Environment, Community Environment on Entrepreneurship Education With Entrepreneurship as a Mediation Variable.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 14 (2019): 63–65.
- Fahmi, Irham. *Kewirausahaan: Teori, Kasus Dan Solusi*. Alfabeta. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Fuadi, Iski Fadli. “Hubungan Minat Berwirausaha Dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK Negeri 1 Adiwerna Kabupaten Tegal.” *PTM* 9 (2009).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Gustina, Maria, Ati Sumiati, and Mardi Mardi. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.” *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 18, no. 2 (2022): 133–51.
- Hakim, Muhammad Luqman, and Mardhiyatur Rosita Ningsih. “Financial Accessibility of Small and Medium Enterpraise (SMEs) in Surakarta City.” *JIFA (Journal of Islamic Finance and Accounting)* 3, no. 1 (2020).
- Hamid, Marwan, Ibrahim Sufi, Wen Konadi, Yusrizal Akmal, dan Jamaluddin Idris. *Analisis Jalur Dan Aplikasi SPSS Versi 25*. Edited by 1, 2019.
- Hamsun, Muh Natsir, Yuldi Mile, Latifah Sukmawati Yuniar. “Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Kepribadian, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi

- Universitas Tadulako.” *Akun Nabelo* 2 (2019).
- Hengky, Latan & Selva Temalagi. *Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Ilhami, Susanti Dwi, and Muhammad Tahwin. “Peran Efikasi Diri Dalam Menumbuhkan Intensi Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa” 8, no. 1 (2023): 59–68.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Joshi, M., Joshi, G., & Pathak, S. “Awareness, Entrepreneurial Event Theory and Theory of Planned Behaviour as Antecedents of Student Entrepreneurial Intentions: An Indian Perspective.” *International Journal of Business and Globalisation* 25, no. 2 (2020): 170–84.
- Juliandi, Azuar, Irfan, Dkk. *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI, 2016.
- Kasmir. *Kewirausahaan, Edisi Revisi, Rajawali Pers. Jakarta*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Khusairi, Halil. *Hukum Ekonomi Islam. Al-Qisthu: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Hukum*. Vol. 16. Jakarta: Sinar Grafika, 2019.
- Kuntowicaksono. “Pengaruh Pengetahuan Wirausaha Dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan.” *The Journal of Economic Education* 1, no. 1 (2012): 45–52.
- M Qurri Ain Thohari. “Pengaruh Modal Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Religiusitas Terhadap Kinerja Umkm Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati,” 2019.
- Mahadewi, G. A. P. A., & Widhiyani, N. L. S. “Ekspektasi Pendapatan, Penggunaan Media Sosial, ECommerce Dan Minat Berwirausaha Di Masa Pandemi Covid-19.” *E-Jurnal Akuntansi* 33, no. 6 (2023): 1600–1612.
- Mallios, P, L Zampetakis, and ... “Social Media Impact on Entrepreneurship Intention: Lessons Learned from Business Startupper.” ... & *Entrepreneurship* 32, no. April (2023).

- Manan, Muhammad Abdul. *Islamic Economy, Theory and Practic*. India: Idarah Adabiyah, 1986.
- Mawadah, Sokhikhatul, and Fernaldi Anggadha Ratno. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang Dalam Perspektif Islam." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2018): 141.
- Muflikhata, F. W. "Pengaruh Trend Dan Ekspetasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa IAIN Ponorogo Menjadi Reseller Di Syahila Hiajb Onilne Shop," 2019.
- Muhiba, F. N. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Siswa Menjadi Entrepreneur RPL SMKN 9 Malang." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020.
- Muhiba, F. N. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Siswa Menjadi Entrepreneur RPL SMKN 9 Malang.," 2020.
- Mustafa Edwin Nasution. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam / Mustafa Edwin Nasution*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Presektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Vol. 2016. Simbiosis Rekatama Media, 2021.
- Novalius, Feby. "Jumlah Pengusaha Di Indonesia Sedikit, Kalah Dibanding Malaysia Dan Thailand." Okezone, 2023.
- NU Online. "Al-Qashash Ayat 77." NU Online, 2023.
- Nugroho, I. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Akuntansi SMK Negeri 4 Klaten," 2020.
- Nurdin, Ismail, Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial, Ed. Oleh Lutfiah*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Nurfadillah Septy., M.Pd. *Media Pembelajaran Pengertisn Media Pembelajaran Landasan,Fungsi,Manfaat*. Sukabumi: CV Jejak, 2021.
- Nurudin, Nurudin. "Pengaruh Minat Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Keputusan Wanita Muslim Berwirausaha." *Sawwa: Jurnal Studi Gender* 12,

no. 3 (2018): 321.

Pohan, Fatimah. “Pengaruh Kepemilikan Aset Investasi, Pengetahuan Bisnis Online, Literasi Keuangan Dan Ekspetasi Pendapatan Terhadap Minat Bisnis Online Era Pandemi COVID-19.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)* 2, no. 2 (2021): 187–93.

Purbayu Budi Santosa & Muliawan Hamdani. *Statistika Deskriptif Dalam Bidang Ekonomi Dan Niaga*. Jogja: Erlangga, 2007.

Purbohastuti, Arum Wahyuni. “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi.” *Tirtayasa Ekonomika* 12 (2017): 215.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. *Ekonomi Islam*. Jakarta: *Rajawali Pers*. Vol. 12. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.

Puspitaningsih, Flora. “Pengaruh Efikasi Diri Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi.” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 2, no. 2 (2014): 51–66.

Rahmani, Thea. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel.” Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Ramayah, T., Abidur Rahman, S., & Khadijeh Taghizadeh, S. “Modelling Green Entrepreneurial Intention among University Students Using the Entrepreneurial Event and Cultural Values Theory.” *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 11, no. 4 (2019): 394–412.

Retno dan Trisnadi. “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha.” *Jurnal* 1 (2012): 113.

Review, world population. “Jumlah Populasi Negara Indonesia,” 2024. <https://worldpopulationreview.com/countries/indonesia-population>.

Rusdiana, H. A. *Kewirausahaan Teori Dan Praktik*. CV Pustaka Setia. Bandung: Pustaka Setia, 2018.

Sadono, Sukirno. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Raja Grafindo Persada, 2006.

Santoso. *Lingkungan Tempat Tinggal Dalam Menentukan Minat Berwiraswasta FKIP UNS. (Laporan Penelitian)*. Surakarta: UNS. Surakarta: UNS, 1993.

- Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Setiawan, Deden. “Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta.” *Profita Edisi 7*, 2016.
- Setiawati, Rike, Zulfina Adriani, and Besse Wediawati. “Entrepreneurial Interest in Startup Business Based on Entrepreneurial Literacy and Digital Literacy.” *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah* 10, no. 4 (2022): 235–50.
- Shapero, A., & Sokol, L. “The Social Dimensions of Entrepreneurship. University of Illinois at Urbana-Champaign’s Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship,” n.d.
- Sintya, Ni Made. “Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasaraswati Denpasar.” *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen* 1, no. 1 (2019): 337–80.
- Stones, Edgar. *Readings in Educational Psychology. Readings in Educational Psychology*. New Jersey: Littlefield, 2012.
- Sugeng, Eswanto dan Laela, Siti. “Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa.” *Pengembangan Wiraswasta* 20, no. 03 (2018): 208.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sukidjo. “Peran Kewirausahaan Dalam Mengatasi Pengangguran Di Indonesia.” *Ekonomia* 1 (2005).
- Tafsiralquran.id. “Tafsir Surat Al-Mulk Ayat 15: Berkelanalah! Hingga Sadar Kefanaan Dunia Dan Kekekalan Allah,” 2020.
- Universitas diponegoro. “Profil Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.” feb undip. Accessed June 8, 2024.
- Universitas Islam Negeri Walisongo. “Profil Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.” febi uin walisongo. Accessed June 8, 2024.

- Universitas Negeri Semarang. "Profil Fakultas Ekonomika Dan Bisnis." feb unnes. Accessed June 8, 2024.
- Vemmy, Caecilia. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Siswa Smk Factors Affecting Entrepreneurial Intention of Engineering Vocational School Students." *Jurnal Pendidikan Vokasi* 2, no. 1 (2012): 117–26.
- Widyasari, KArina Listya, Fera Setia Nuranna, April Lokita Sulasmi, Rokayah, Widi Wihartono, Nixon ELYezer Sinuraya, Lestari, et al. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintahan. Direktorat Pengelolaan Media Kementrian Komunikasi Dan Informatika*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2018.
- Yusuf, Dimas Fahreisy. "Minat Berwirausaha Universitas Muhammadiyah Magelang Tahun 2021." Universitas Muhammadiyah magelang, 2021.
- Yusuf, Qardhawi. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Diterjemahkan Oleh Zainal Arifin Dan Dahlia Husain. Gema Insani*. Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- Yusuf Qardhawi, Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtis. *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Perss, 2001.

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan saya Nisaul layyinah mahasiswi S1 Ekonomi Islam 2020, UIN Walisongo Semarang yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang)”**

Saya mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan kondisi saudara/i. Tidak ada jawaban benar dan salah, sehingga saudara/i tidak perlu merasa ragu untuk menjawab. Hasil dari skala kuesioner ini tidak akan mempengaruhi apapun yang terkait diri saudara/i.

Identitas responden dan data-data yang diberikan terjaga kerahasiaannya. Dimohon untuk mengisi semua pernyataan pada skala ini dengan jujur. Kesungguhan dan kejujuran saudara sangat peneliti harapkan demi kualitas penelitian ini. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi angkatan 2021 dan 2022 di PTN se-Kota Semarang (UNDIP, UNNES, dan UIN Walisongo)
2. Sudah menempuh sks mata kuliah Kewirausahaan

Saya ucapkan terima kasih atas kesediaan saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Semoga segala urusan saudara/i di mudahkan oleh Tuhan Yang Maha Esa.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Hormat Saya



Nisaul Layyinah

▪ Identitas Responden :

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin : L/ P **(pilih opsi)*

Nama Instansi : UNDIP/ UNNES/ UIN Walisongo **(pilih opsi)*

Program Studi :

Angkatan : 2021/ 2022 **(pilih opsi)*

Kepemilikan Usaha: Sudah/ Sedang merintis/ Belum **(pilih opsi)*

▪ Petunjuk Pengisian

Berikan jawaban atas pertanyaan dibawah ini dengan cara memilih salah satu pilihan nomor yang ada, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
2. Tidak Setuju (TS) = 2
3. Setuju (S) = 3
4. Sangat Setuju (SS) = 4

Daftar Pernyataan

a. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

No	Pertanyaan	Pertanyaan			
		STS	TS	S	SS
	Pengetahuan tentang usaha yang akan dirintis				
1.	Saya pernah memperoleh pengetahuan tentang manajemen bisnis				
2.	Saya pernah mempunyai pengetahuan untuk melakukan inovasi bisnis				
	Pengetahuan lingkungan usaha yang ada				
3.	Saya mampu melihat peluang kewirausahaan di lingkungan sekitar				
4.	Saya memahami pemikiran kreatif				
	Pengetahuan manajemen dan organisasi				
5.	Saya pernah memperoleh pengetahuan tentang aspek keuangan kewirausahaan				
6.	Saya mengetahui tentang cara merintis ide bisnis				

b. Variabel Penggunaan Media Sosial (X₂)

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Kegunaan sosial					
1.	Di media sosial saya bisa menemukan ide bisnis				
2.	Di media sosial saya bisa menemukan peluang bisnis				
Pengaruh/ norma					
3.	Saya berpikir bahwa media sosial adalah sarana yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi				
4.	Menurut saya, media sosial dapat memengaruhi cara seseorang memandang dan memahami dunia wirausaha.				
Kemudahan Penggunaan					
5.	Saya pikir media sosial mudah digunakan untuk mengelola usaha				
6.	Saya pikir media sosial cocok digunakan untuk rencana bisnis saya				
Konteks Kredibilitas/ Kepercayaan					
7.	Saya percaya media sosial memiliki banyak informasi dan konten yang relevan dengan kewirausahaan				
8.	Media sosial memberikan saya informasi yang akurat				

Kelayakan					
9.	Saya pikir keterlibatan dalam kewirausahaan adalah pilihan yang realistis bagi saya				
10.	Saya pikir saya memiliki keterampilan yang dibutuhkan dalam berwirausaha				
Keinginan					
11.	Keterlibatan saya dalam kewirausahaan adalah sesuatu yang saya inginkan				
12.	Saya tertarik dengan karir wirausaha				

c. Variabel Ekspektasi Pendapatan (X_3)

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Pendapatan yang lebih tinggi					
1.	Dengan menjadi seorang wirausaha, saya akan mendapat pendapatan yang lebih besar daripada menjadi karyawan.				
2.	Pendapatan yang tinggi merupakan motivasi saya untuk berwirausaha.				
Pendapatan yang tidak terbatas					
3.	Berwirausaha akan memperoleh pendapatan yang tidak terbatas				
4.	Pendapatan yang tidak terbatas merupakan motivasi saya untuk berwirausaha				

d. Variabel Minat Berwirausaha (Y)

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Ketertarikan Pribadi					
1.	Saya siap melakukan apa pun untuk menjadi wirausaha				
2.	Tujuan utama saya adalah menjadi seorang wirausaha				
Persepsi Sosial Norma					
3.	Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan perusahaan saya sendiri				
4.	Saya bertekad untuk mendirikan usaha di masa depan				
Efikasi Diri					
5.	Saya telah berpikir dengan sangat serius untuk menjadi seorang wirausaha				
6.	Saya memiliki niat kuat untuk memulai sebuah usaha suatu hari nanti				

LAMPIRAN 2 : Data Responden

No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Kepemilikan Usaha
1	Gerizimniati Destria	Perempuan	Belum
2	Nasya Ruwaihah	Perempuan	Belum
3	Putra Pratama Tridhiansyah	Laki laki	Belum
4	Ilham Afrisal	Laki laki	Belum
5	Muhammad Miftahul Huda	Laki laki	Sudah
6	Anggita Diva Vinesya	Perempuan	Belum
7	Fransiska. Julianti Malompo	Perempuan	Sedang merintis
8	Malika Citra Namira Widhyono	Perempuan	Belum
9	Andi Aulia Nurhaliza	Perempuan	Belum
10	Nurul Aulia Oktaviani	Perempuan	Sedang merintis
11	Nasywaa Zahra Rizky Putri	Perempuan	Belum
12	Nila Aristiya Dewi	Perempuan	Belum
13	Nita Dwi Lestari	Perempuan	Belum
14	Muhammad Zaki Ashabi	Laki laki	Belum
15	Nadila Karenia	Perempuan	Belum
16	Silvia Damayanti	Perempuan	Belum
17	Iven Kurniawati	Perempuan	Belum
18	Davina Aliffatul Mahfudzoh	Perempuan	Belum
19	Oktavia Nur Fadhilla	Perempuan	Sedang merintis
20	Nur Maulina Maftukhah	Perempuan	Belum
21	Fika Sahala	Perempuan	Belum
22	Arisa Septiana Putri	Perempuan	Belum
23	Haura Hajimatusofa	Perempuan	Belum
24	Rafinola C	Perempuan	Belum
25	Ayunda Nurjannah	Perempuan	Belum
26	Vina Idamatus Silmi	Perempuan	Belum

27	Risma Camelia Putri	Perempuan	Belum
28	Alda Aulia Annas	Perempuan	Belum
29	Diky Saputra	Laki laki	Belum
30	Alfi Rahmah	Perempuan	Belum
31	Celine Irfanty	Perempuan	Belum
32	Azkiyatun Nasiha	Perempuan	Sedang merintis
33	Ahmad Thoriq Khairullah	Laki laki	Belum
34	Minatus Najihah	Perempuan	Belum
35	Dinda Aulia Rahma	Perempuan	Belum
36	Andi Syahputra	Laki laki	Belum
37	Sherly Maylaurenzia	Perempuan	Belum
38	Syifa'atul Izzah	Perempuan	Belum
39	Rika Koriyah	Perempuan	Belum
40	Ahmad Krisna Nanda	Laki laki	Belum
41	Fahrizal Miftakhul Huda	Laki laki	Belum
42	Siti Nur Rahma Nabila	Perempuan	Belum
43	Nurillah Dewi Suciati	Perempuan	Belum
44	Alfiani Anditasari	Perempuan	Belum
45	Rinarta Arya Nanda	Laki laki	Sudah
46	Tri Hastuti Kusuma Wardani	Perempuan	Sedang merintis
47	Kaela Hanun	Perempuan	Belum
48	Agfanesa Oktananda	Perempuan	Belum
49	Najla Haura' Azizah	Perempuan	Belum
50	Pindha Kirana	Perempuan	Sudah
51	Muthia Kamila	Perempuan	Belum
52	Annisa Hilwah	Perempuan	Belum
53	Novitla Areka Apriliani	Perempuan	Belum
54	Novitla Areka Apriliani	Perempuan	Belum
55	Aizzatul Muna	Perempuan	Belum
56	Zumrotul Ulya	Perempuan	Belum

57	Ananda Nur Aulia	Perempuan	Belum
58	Ma'unah	Perempuan	Belum
59	Lutfiyah Rahma	Perempuan	Belum
60	Tsabita Shahwah	Perempuan	Sedang merintis
61	Destiara Rahmanissa Istabani	Perempuan	Belum
62	Anggun Kusumastuti	Perempuan	Belum
63	Tria Amelia	Perempuan	Belum
64	Nur Rohmah	Perempuan	Belum
65	Khansa Azzahra	Perempuan	Belum
66	Ilham Kharullah	Laki laki	Sedang merintis
67	Tasya Kurnia Yulia Putri	Perempuan	Sedang merintis
68	Aulia Fikri Faidah	Perempuan	Belum
69	Ana Naila Rochaniah	Perempuan	Belum
70	Desita Fusfitasari	Perempuan	Belum
71	Safinatul Iftia	Perempuan	Belum
72	Selly Aisyah Reta	Perempuan	Belum
73	Diandra Masayu Nastabilla	Perempuan	Belum
74	Iin Dwi Sukaina	Perempuan	Belum
75	Rapika Nur Azizah	Perempuan	Belum
76	Anisa Nur Fadhillah	Perempuan	Sudah
77	Eka Aulia Syaravina	Perempuan	Belum
78	Denisa Ainayya	Perempuan	Belum
79	Nabila Masya	Perempuan	Belum
80	Nur Aniza Abdullah	Perempuan	Belum
81	Oktavia Revino Nurani	Perempuan	Belum
82	Aisyah Syadza	Perempuan	Belum
83	Destiara Rahmanissa Istabani	Perempuan	Belum
84	Alifia Afa Hakim	Perempuan	Belum
85	Diva Febriani	Perempuan	Belum
86	Wildanum Mukhalladun	Perempuan	Sedang merintis

87	M Alif Primordia	Laki laki	Sedang merintis
88	Laili Safitri	Perempuan	Sedang merintis
89	M. Taufiq Ramadhani	Laki laki	Belum
90	Siti Rosmiyati	Perempuan	Belum
91	Awalia Ramadhani	Perempuan	Belum
92	Novi Silvia	Perempuan	Belum
93	Audry Eka Safitri	Perempuan	Belum
94	Hestiaraufaa	Perempuan	Belum
95	Ghina Nisrina	Laki laki	Belum
96	Haniva Zulfayeni	Perempuan	Belum
97	Tsuraya Ardiana	Perempuan	Belum
98	Alya Shabina	Perempuan	Belum
99	Khoirun Nisa	Perempuan	Belum
100	Reni	Perempuan	Belum

LAMPIRAN 3 : Hasil Tabulasi Data Kuesioner

1. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
1	4	2	2	3	3	2	16
2	2	2	3	3	3	2	15
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	3	3	20
5	4	4	4	3	4	4	23
6	4	3	3	3	3	3	19
7	4	4	2	2	3	2	17
8	4	4	4	4	4	4	24
9	3	3	2	2	2	2	14
10	4	4	3	3	4	4	22
11	3	3	3	3	3	3	18
12	4	4	4	4	4	4	24
13	3	3	3	3	3	3	18
14	3	3	3	3	3	3	18
15	3	2	2	3	3	3	16
16	3	3	3	3	3	3	18
17	4	4	4	4	4	4	24
18	3	3	3	3	3	3	18
19	4	4	4	4	4	3	23
20	1	3	3	3	3	2	15
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	3	4	3	4	3	20
23	4	4	4	4	3	3	22
24	4	4	3	3	3	3	20
25	4	3	3	3	4	3	20
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	3	4	4	3	22
28	4	4	4	4	4	4	24
29	3	4	3	3	3	2	18
30	4	3	2	2	3	2	16
31	4	4	3	4	4	4	23
32	3	3	3	3	3	3	18
33	2	4	4	3	4	4	21
34	4	4	4	4	4	4	24
35	3	3	3	3	3	3	18
36	3	4	3	3	3	2	18
37	3	3	3	3	3	4	19
38	3	3	3	3	3	2	17
39	3	3	3	3	3	3	18

40	3	4	4	3	2	4	20
41	3	3	4	4	3	4	21
42	3	3	3	3	3	3	18
43	3	2	3	3	2	3	16
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	2	2	1	3	2	2	12
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	3	23
49	4	4	3	4	4	3	22
50	4	4	4	4	4	2	22
51	4	4	4	3	3	3	21
52	4	4	3	3	4	4	22
53	2	2	2	2	2	2	12
54	2	2	2	2	2	2	12
55	4	4	4	4	4	4	24
56	3	3	3	2	3	4	18
57	4	4	4	4	4	4	24
58	3	3	3	3	3	3	18
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	2	3	3	2	2	2	14
64	4	4	3	3	4	4	22
65	4	4	4	4	2	4	22
66	3	3	3	3	3	3	18
67	4	4	4	2	4	3	21
68	2	2	2	3	3	2	14
69	4	4	3	3	4	4	22
70	3	3	3	2	3	2	16
71	3	3	2	3	3	3	17
72	3	2	3	3	2	3	16
73	4	4	4	4	4	4	24
74	3	3	2	2	3	3	16
75	3	2	2	3	3	3	16
76	3	3	3	3	3	2	17
77	4	4	3	3	3	4	21
78	4	4	3	4	4	4	23
79	4	4	4	4	4	4	24
80	3	4	4	4	3	3	21
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24

83	4	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	3	4	4	4	4	23
86	4	4	4	4	4	4	4	24
87	3	3	3	3	4	3	3	19
88	4	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	4	4	4	4	24
90	4	2	2	3	3	2	2	16
91	4	4	4	3	4	4	4	23
92	3	3	3	3	3	3	3	18
93	4	4	4	4	4	4	4	24
94	3	3	3	2	2	2	2	15
95	4	4	4	4	4	4	4	24
96	3	3	3	3	3	3	3	18
97	4	4	4	4	4	4	4	24
98	3	3	4	4	3	3	3	20
99	4	4	4	4	4	4	4	24
100	4	4	4	4	4	4	4	24

2. Variabel Penggunaan Media Sosial (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	TOTAL
1	3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	2	2	28
2	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	2	3	37
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	40
6	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	35
7	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	43
8	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	43
9	3	3	4	3	2	3	4	3	2	1	2	2	32
10	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	45
11	3	3	4	3	3	3	3	2	1	2	1	1	29
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
15	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	34
16	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	38
17	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	44
18	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	40
19	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	46
20	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	43
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

22	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	41
23	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	44
24	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	37
25	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	42
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
27	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
28	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
29	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	35
30	2	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	4	36
31	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46
32	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	43
33	3	4	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	35
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
35	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	34
36	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	44
37	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	43
38	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	33
39	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	42
40	4	4	3	4	3	4	3	1	3	4	4	4	41
41	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	43
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
43	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	38
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
46	2	2	1	1	2	2	1	2	3	2	2	1	21
47	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	40
48	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	38
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
50	4	4	4	4	4	2	4	1	3	4	3	4	41
51	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	33
52	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	43
53	2	2	4	4	3	3	3	2	2	2	2	3	32
54	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	30
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
56	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	41
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	32
64	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	43

65	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	45
66	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
67	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	42
68	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	31
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
70	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	35
71	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	41
72	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	45
73	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3	44
74	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	30
75	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	33
76	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
77	3	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	3	35
78	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	41
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
80	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	45
81	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
82	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	42
83	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	33
84	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	44
85	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	41
86	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	35
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
88	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	44
89	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	42
90	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	29
91	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	34
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
93	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	38
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
97	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	33
98	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	42
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

3. Variabel Ekspektasi Pendapatan (X3)

No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
1	3	3	3	3	12
2	3	3	3	3	12
3	4	4	4	4	16
4	3	2	2	2	9
5	2	2	4	3	11
6	4	4	4	4	16
7	3	3	4	4	14
8	2	2	2	2	8
9	3	3	1	1	8
10	4	4	3	4	15
11	2	2	2	2	8
12	4	3	4	2	13
13	3	3	3	3	12
14	3	3	3	3	12
15	2	2	2	2	8
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16
18	3	3	3	3	12
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	16
22	4	4	3	2	13
23	4	4	2	3	13
24	3	4	3	3	13
25	3	4	4	4	15
26	3	3	3	3	12
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	3	2	3	3	11
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	3	2	2	3	10
33	3	4	3	3	13
34	4	4	4	4	16
35	4	3	3	2	12
36	3	4	4	4	15
37	3	4	2	2	11
38	3	2	3	3	11
39	3	3	3	3	12
40	4	4	1	1	10

41	4	4	4	3	15
42	4	3	4	3	14
43	4	4	3	3	14
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	2	4	3	3	12
47	4	4	4	4	16
48	2	3	2	3	10
49	3	4	3	4	14
50	4	4	3	3	14
51	4	2	3	2	11
52	3	3	3	3	12
53	3	2	3	2	10
54	3	2	3	3	11
55	4	4	4	4	16
56	2	4	3	2	11
57	4	4	4	4	16
58	3	3	3	3	12
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	3	3	3	3	12
64	4	4	4	4	16
65	3	3	3	2	11
66	4	3	3	3	13
67	4	4	2	4	14
68	3	2	3	2	10
69	4	4	4	4	16
70	4	4	3	4	15
71	4	4	4	4	16
72	4	3	3	3	13
73	4	4	2	2	12
74	3	2	3	2	10
75	3	3	3	3	12
76	3	3	4	3	13
77	3	2	2	2	9
78	4	3	4	4	15
79	4	4	4	4	16
80	3	4	4	4	15
81	3	3	4	4	14
82	3	4	3	4	14
83	4	4	4	4	16

84	3	3	3	3	12
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	3	3	3	3	12
89	2	3	4	3	12
90	3	2	2	2	9
91	4	4	3	3	14
92	3	3	3	3	12
93	3	3	3	3	12
94	3	3	4	4	14
95	3	3	3	3	12
96	3	3	3	3	12
97	3	3	3	3	12
98	4	4	3	3	14
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	16

4. Variabel Minat Berwirausaha (Y)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL
1	2	2	2	3	2	3	14
2	3	2	3	3	2	2	15
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	2	2	4	4	3	4	19
6	3	3	2	3	2	3	16
7	3	2	2	4	2	3	16
8	2	1	1	3	1	2	10
9	2	2	2	3	2	2	13
10	3	4	4	4	3	4	22
11	2	1	2	1	1	1	8
12	3	4	3	4	4	4	22
13	3	3	3	3	3	3	18
14	2	2	2	3	2	2	13
15	2	1	2	2	2	2	11
16	3	3	3	3	3	4	19
17	3	3	3	4	3	4	20
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	3	4	3	4	3	3	20
21	4	4	4	4	4	4	24

22	3	3	3	4	2	4	19
23	4	2	3	4	2	4	19
24	3	2	3	3	2	3	16
25	3	3	3	3	3	3	18
26	4	4	3	4	3	4	22
27	3	4	4	4	4	4	23
28	4	3	3	4	3	4	21
29	3	2	3	3	2	3	16
30	3	2	3	4	3	3	18
31	3	3	3	4	4	4	21
32	3	3	2	4	4	3	19
33	4	3	2	4	4	3	20
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	3	3	4	3	3	20
36	4	3	3	3	2	3	18
37	4	3	3	3	3	3	19
38	4	2	3	3	2	2	16
39	3	2	3	4	4	4	20
40	4	4	3	4	4	4	23
41	4	3	3	3	3	3	19
42	3	2	3	3	2	3	16
43	3	3	3	3	2	3	17
44	3	3	4	4	3	4	21
45	4	4	4	4	4	4	24
46	2	1	2	2	1	2	10
47	3	3	3	3	3	3	18
48	2	2	3	3	2	3	15
49	3	2	2	4	3	4	18
50	3	3	3	4	4	4	21
51	3	2	3	3	2	3	16
52	2	2	3	3	2	3	15
53	2	2	2	4	2	4	16
54	2	2	2	3	2	3	14
55	4	4	4	4	4	4	24
56	3	3	3	3	3	2	17
57	4	4	4	4	4	4	24
58	3	3	3	3	3	3	18
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	3	3	4	4	4	21
62	4	4	4	4	4	4	24
63	3	3	3	3	3	3	18
64	3	3	3	4	3	3	19

65	4	2	3	3	3	3	18
66	3	3	3	4	3	4	20
67	4	3	4	3	3	3	20
68	3	2	3	2	2	4	16
69	4	4	4	4	3	4	23
70	3	2	3	3	2	3	16
71	4	4	4	4	4	4	24
72	3	3	4	4	4	4	22
73	3	2	4	4	3	4	20
74	2	1	2	2	2	2	11
75	2	2	2	3	2	3	14
76	3	3	3	3	3	4	19
77	2	2	2	3	2	3	14
78	4	3	4	4	3	3	21
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	3	4	3	4	22
81	3	3	3	3	3	3	18
82	4	4	4	4	4	4	24
83	3	3	3	3	3	3	18
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	3	4	4	4	4	23
86	3	3	3	3	3	3	18
87	3	3	4	4	4	4	22
88	4	4	4	3	4	4	23
89	2	2	3	4	3	4	18
90	3	2	3	3	2	4	17
91	3	3	3	3	3	3	18
92	3	3	3	3	3	3	18
93	4	4	3	3	4	4	22
94	2	2	2	3	2	4	15
95	4	4	4	4	4	4	24
96	3	3	3	3	3	3	18
97	4	4	2	3	3	3	19
98	4	4	3	3	4	4	22
99	4	4	4	4	4	4	24
100	4	4	4	4	4	4	24

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan saya Nisaul Iayyah mahasiswi S1 Ekonomi Islam 2020, UIN Walisongo Semarang yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul "**Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang)**"

Saya mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan kondisi saudara/i. Tidak ada jawaban benar dan salah, sehingga saudara/i tidak perlu merasa ragu untuk menjawab. Hasil dari skala kuesioner ini tidak akan mempengaruhi apapun yang terkait diri saudara/i.

Identitas responden dan data-data yang diberikan terjaga kerahasiaannya. Dimohon untuk mengisi semua pernyataan pada skala ini dengan jujur. Kesungguhan dan kejujuran saudara sangat peneliti harapkan demi kualitas penelitian ini. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi angkatan 2021 dan 2022 di PTN se-Kota Semarang (UNDIP, UNNES, dan UIN Walisongo)
2. Sudah menempuh sks mata kuliah Kewirausahaan

Saya ucapkan terima kasih atas kesediaan saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Semoga segala urusan saudara/i di mudahkan oleh Tuhan Yang Maha Esa.

Wassalamu'alaikum wr.wb

05.46

📶 🌐 🔋 25

Kuesioner Penelitian

Thank for your appreciation :)

[Kirim jawaban lain](#)

Formulir ini dibuat dalam PemKot Semarang. [Laporkan Penyalahgunaan](#)

Google Formulir

AA

docs.google.com

🔄

<

>

📄

📖

📄

LAMPIRAN 4 : Hasil Olah Data SPSS

UJI VALIDITAS

Correlations Pengetahuan Kewirausahaan								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	.696**	.504**	.557**	.661**	.592**	.795**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.696**	1	.730**	.582**	.687**	.648**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.504**	.730**	1	.700**	.612**	.675**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.557**	.582**	.700**	1	.654**	.647**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.661**	.687**	.612**	.654**	1	.648**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.592**	.648**	.675**	.647**	.648**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Pengetahuan	Pearson Correlation	.795**	.865**	.844**	.823**	.845**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations Penggunaan Media Sosial														
		p2.1	p2.2	p2.3	p2.4	p2.5	p2.6	p2.7	p2.8	p2.9	p2.10	p2.11	p2.12	TOTAL
p2.1	Pearson Correlation	1	.876**	.544**	.554**	.630**	.497**	.501**	.369**	.506**	.566**	.641**	.499*	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.2	Pearson Correlation	.876**	1	.591**	.591**	.611**	.587**	.541**	.377**	.521**	.639**	.656**	.543*	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.3	Pearson Correlation	.544**	.591**	1	.686**	.600**	.487**	.657**	.369**	.366**	.392**	.416**	.398*	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.4	Pearson Correlation	.554**	.591**	.686**	1	.584**	.418**	.598**	.226*	.379**	.529**	.536**	.453*	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.024	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.5	Pearson Correlation	.630**	.611**	.600**	.584**	1	.654**	.559**	.407**	.565**	.625**	.549**	.453*	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.6	Pearson Correlation	.497**	.587**	.487**	.418**	.654**	1	.532**	.427**	.506**	.634**	.585**	.516*	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.7	Pearson Correlation	.501**	.541**	.657**	.598**	.559**	.532**	1	.368**	.431**	.496**	.521**	.527*	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.8	Pearson Correlation	.369**	.377**	.369**	.226*	.407**	.427**	.368**	1	.637**	.439**	.418**	.368*	.623**
	Sig. (2-tailed)													
	N													

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.024	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.9	Pearson Correlation	.506**	.521**	.366**	.379**	.565**	.506**	.431**	.637**	1	.729**	.725**	.538*	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.10	Pearson Correlation	.566**	.639**	.392**	.529**	.625**	.634**	.496**	.439**	.729**	1	.765**	.652*	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.11	Pearson Correlation	.641**	.656**	.416**	.536**	.549**	.585**	.521**	.418**	.725**	.765**	1	.697*	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2.12	Pearson Correlation	.499**	.543**	.398**	.453**	.453**	.516**	.527**	.368**	.538**	.652**	.697**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.782**	.820**	.695**	.703**	.785**	.747**	.727**	.623**	.781**	.833**	.835**	.741*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations Ekspektasi Pendapatan						
		p01	p02	p03	p04	TOTAL
p01	Pearson Correlation	1	.603**	.425**	.451**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p02	Pearson Correlation	.603**	1	.444**	.596**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p03	Pearson Correlation	.425**	.444**	1	.770**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p04	Pearson Correlation	.451**	.596**	.770**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.738**	.808**	.823**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations Minat Berwirausaha								
		p01	p02	p03	p04	p05	p06	TOTAL
p01	Pearson Correlation	1	.750**	.633*	.468*	.651**	.463**	.797**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p02	Pearson Correlation	.750**	1	.671*	.583*	.807**	.616**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p03	Pearson Correlation	.633**	.671**	1	.534*	.681**	.610**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p04	Pearson Correlation	.468**	.583**	.534*	1	.667**	.720**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p05	Pearson Correlation	.651**	.807**	.681*	.667*	1	.668**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
p06	Pearson Correlation	.463**	.616**	.610*	.720*	.668**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.797**	.898**	.823*	.777*	.903**	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

X1

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.914	.914	6

X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	12

X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	4

Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	6

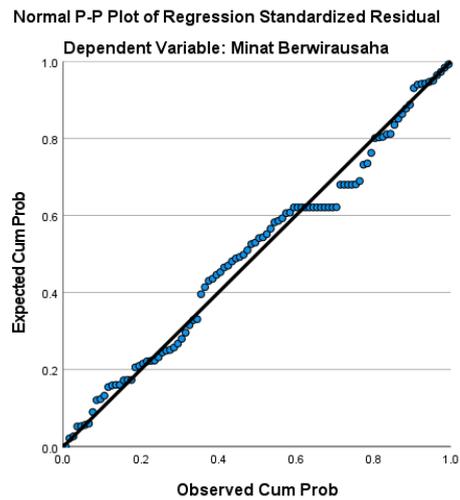
Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Kewirausahaan	100	12	24	20.29	3.503
Penggunaan Media Sosial	100	21	48	40.35	6.088
Ekspektasi Pendapatan	100	8	16	13.30	2.389
Minat Berwirausaha	100	8	24	19.14	3.790
Valid N (listwise)	100				

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.36389803	
Most Extreme Differences	Absolute	.087	
	Positive	.087	
	Negative	-.059	
Test Statistic		.087	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.062	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.064	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.058
		Upper Bound	.070
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			



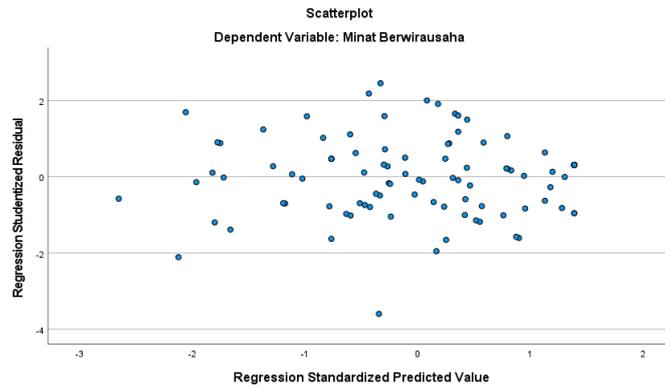
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.782 ^a	.611	.599	2.40055	1.842
a. Predictors: (Constant), Ekspektasi Pendapatan, Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial					
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha					

Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.271	1.770		-1.283	.203		
	Pengetahuan Kewirausahaan	.125	.093	.116	1.341	.183	.545	1.834
	Penggunaan Media Sosial	.323	.056	.518	5.737	.000	.496	2.014
	Ekspektasi Pendapatan	.440	.118	.277	3.727	.000	.732	1.367
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha								

Uji Heterokedastisitas



UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.271	1.770		-1.283	.203
	Pengetahuan kewirausahaan	.125	.093	.116	1.341	.183
	Penggunaan media sosial	.323	.056	.518	5.737	.000
	Ekspektasi pendapatan	.440	.118	.277	3.727	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 ^a	.611	.599	2.401
a. Predictors: (Constant), Ekspektasi pendapatan, Pengetahuan kewirausahaan, Penggunaan media sosial				

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Riwayat Diri

Nama : Nisaul layyinah
Tempat/Tanggal Lahir : Cirebon, 8 September 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Blok Pahing RT.03 RW.02 Desa
Kalibuntu Kec. Pabedilan Kab. Cirebon
Email : nisalayyinah@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

SDN 2 Kalimukti : 2007-2013
MTS Manbaul Hikmah Gedongan Cirebon : 2013-2016
SMK Assa'idiyyah Gedongan Cirebon : 2016-2019
UIN Walisongo Semarang : 2020-2024

Pendidikan Non Formal

TPQ : 2006-2012
Ponpes Assaidiyyah Gedongan Cirebon : 2013-2019

Semarang, 12 Juni 2024

Penulis,



Nisaul Layyinah
NIM 2005026053