

**ANALISIS PERAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN MEDIA SOSIAL  
DALAM MENUMBUHKAN MINAT WIRAUSAHA MAHASISWA PROGRAM  
STUDI MANAJEMEN, UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA  
YOGYAKARTA**

Agus Dwi Cahya<sup>1</sup>

Lisa Anis Sawitri<sup>2</sup>

Kadek Isna<sup>3</sup>

Yuli Endar Yani<sup>4</sup>

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia

<sup>1</sup>agusdc@ustjogja.ac.id

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia

<sup>2</sup>lisaanissawitri@gmail.com

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia

<sup>3</sup>kadekisna922@gmail.com

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia

<sup>4</sup>yuliendaryani@gmail.com

**ABSTRACT**

*This study aims to determine whether there is an effect of entrepreneurship education and social media on the entrepreneurial interest of students in the Management Study Program, Faculty of Economics, Sarjanawiyata Tamansiswa University, Yogyakarta. Entrepreneurship is one of the compulsory courses for UST FE Management students. This course is expected to foster an entrepreneurial spirit in students so that students are interested in running their own business when they graduate. Meanwhile, social media provides information including about entrepreneurship which can also attract students' interest in entrepreneurship. The results of the research on the t test show that the entrepreneurial education variable (X1) has a positive and significant effect on the entrepreneurial interest variable (Y) with a value of 0.003 and the social media variable (X2) also has a significant effect on entrepreneurial interest (Y) with a value of 0.000. In the F test, entrepreneurship education and social media simultaneously affect entrepreneurial interest which is indicated by a significance value of 0.000.*

**Keywords:** *Entrepreneurship Education, Sosial Media, Entrepreneurial Interest*

**PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 sudah berjalan lebih dari setahun. Bencana ini telah mengganggu pola perekonomian di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Penyebaran virus yang sangat masif membuat pemerintah melakukan reformasi kebijakan untuk membatasi pergerakan masyarakat. Hal ini membuat aktivitas masyarakat terganggu. Masyarakat lebih banyak

berada di rumah (*stay at home*).

Kegiatan ekonomi pun dibatasi. Jam operasional dan jumlah pengunjung dibatasi untuk mengurangi penyebaran virus. Hal ini membuat pemasukan usaha menurun dan pada akhirnya banyak perusahaan yang melakukan PHK. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat ada 29,12 juta jiwa terdampak pandemi COVID-19. Dari jumlah tersebut, sejumlah 2,56 juta jiwa

menjadi pengangguran karena COVID-19.

Di tengah kondisi ketidak pastian ini, diperlukan banyak orang yang mampu membuka peluang usaha. Kewirausahaan menjadi salah satu pilihan untuk dapat membangkitkan perekonomian Indonesia. Mahasiswa merupakan target yang tepat untuk mengembangkan minat kewirausahaan. Selama ini lulusan universitas maupun perguruan tinggi lain seringkali mencari lowongan pekerjaan setelah lulus. Hanya sedikit yang sudah maupun berkeinginan menjalankan usaha sendiri. Dengan pendidikan kewirausahaan yang diperoleh di bangku kuliah, diharapkan dapat mengubah pola pikir mahasiswa untuk lebih berminat menjalankan usaha sendiri. Selain itu, dengan termotivasinyakeinginanberwirausaha dalam diri mahasiswa diharapkan dapat meminimalkan tingkat pengangguran di Indonesia. Lulusan perguruan tinggi diharapkan dapat menjadi seorang wirausahawan mandiri yang dapat berdiri sendiri dan menghasilkan peluang kerja bagi masyarakat di sekitarnya.

Salah satu upaya perguruan tinggi untuk memupuk jiwa kewirausahaan adalah dengan memberikan mata kuliah Kewirausahaan kepada mahasiswa. Diharapkan mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan secara teori maupun praktek mengenai

kewirausahaan sekaligus perlahan dapat menumbuhkan jiwa wirausaha dalam benak mahasiswa. Dengan demikian, mental seorang wirausaha akan tertanam dalam diri seorang mahasiswa dan nantinya akan merealisasikan niat tersebut dalam sebuah tindakan.

Pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu mata kuliah yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta. Mata kuliah ini diberikan di semester 6. Lulusan perguruan tinggi tersebut diharapkan dapat menjadi pribadi yang mandiri dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

Era saat ini dikenal sebagai era 4.0 atau era revolusi industri. Perkembangan teknologi termasuk sosial media saat ini sangatlah pesat. Bisa dikatakan bahwa hampir semua orang menggunakan media sosial dan tidak dapat terlepas darinya. Media sosial menyajikan banyak informasi yang dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan. Media sosial juga dapat menjadi alat komunikasi yang mempermudah hubungan antar manusia, terutama di masa pandemi Covid-19 di mana interaksi secara langsung menjadi terbatas.

Pengetahuan mengenai kewirausahaan dapat diakses dengan mudah di media sosial. Seorang mahasiswa dapat memperoleh

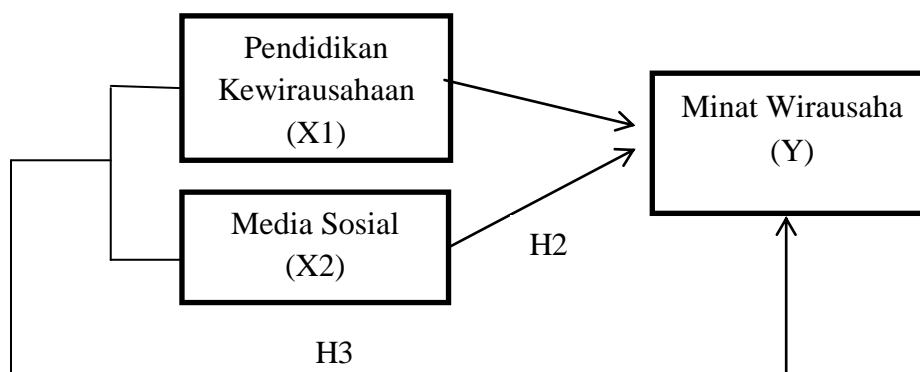
pengetahuan kewirausahaan dengan cepat, mudah, dan murah dengan media sosial. Media sosial seperti Instagram, Youtube, Twitter, dan sebagainya banyak yang menyajikan motivasi maupun trik dan tips untuk menjadi seorang wirausaha. Hal tersebut diharapkan dapat menumbuhkan jiwa wirausaha dalam diri mahasiswa.

Dari pemaparan di atas, kita melihat bahwa pendidikan kewirausahaan dan media sosial dapat berpengaruh pada minat wirausaha seorang mahasiswa. Untuk itu, kami melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Peran Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial dalam Menumbuhkan Minat Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta”. Dengan penelitian ini diharapkan peneliti dapat mengerti apakah terdapat pengaruh dari pendidikan kewirausahaan dan media

sosial terhadap minat wirausaha mahasiswa dan seberapa besar pengaruh kedua variabel tersebut.

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa Variabel independen Pendidikan Kewirausahaan( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap variabel dependen Minat Wirausaha, Variabel independen Media Sosial( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap variabel dependen Minat Wirausaha dan Variabel independen Pendidikan Kewirausahaan ( $X_1$ ) dan Variabel Independen Media Sosial( $X_2$ ) berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap Variabel dependen Minat Wirausaha (Y). Disini peneliti menggunakan dua variabel diantaranya Variabel independen Pendidikan Kewirausahaan( $X_1$ ) dan Variabel Independen Media Sosial( $X_2$ ) yang akan digunakan sebagai pengukur dalam menumbuhkan Minat Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen.

Gambar 1.  
Kerangka Pikir Penelitian



Menurut latar belakang dan tinjauan pustaka yang sudah dijabarkan di atas, bisa diuraikan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan Pendidikan kewirausahaan terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
- H2 : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan Media Sosial terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
- H3 : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial secara bersama-sama terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.

#### METODE PENELITIAN

Penulis membuat penelitian ini dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sukmadinata (2011), Penelitian deskriptif merupakan suatu metode yang dimaksudkan guna memvisualkan kejadian yang ada, baik yang terjadi saat ini maupun pada masa lalu. Sedangkan penelitian kuantitatif merupakan data penelitian yang berbentuk angka yang diinginkan atau *scoring* (Sugiyono, 2013). Dengan kata lain, penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode pengumpulan dan pengukuran data berbentuk deskripsi dan angka. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran persepsi

mahasiswa mengenai efektivitas metode pembelajaran terhadap kewirausahaan, media sosial dan minat usaha.

Penelitian ini dilakukan dengan subjeknya adalah pada mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Sedangkan populasi penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi UST yang telah mendapatkan mata kuliah Kewirausahaan yang berjumlah 120 mahasiswa dari empat kelas. Data yang digunakan berasal dari data primer yang diambil menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner online.

Penyebaran kuesioner memakai media google form sehingga penyebaran kuesioner dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efektif. Penyebaran kuesioner ini dilaksanakan pada bulan Maret 2021 sampai dengan selesai. Dari table Krejcie dan Morgan, jumlah minimal sampel yang digunakan untuk populasi sebanyak 120 mahasiswa adalah 92 mahasiswa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 93 responden.

Instumen penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini merupakan kuesioner tertutup. Kuesioner dalam penelitian ini akan disusun dengan menggunakan Skala Likert. Skala ini cukup banyak

digunakan dalam penelitian, hal ini karena skala dapat memberikan kesempatan pada responden untuk menjawab suatu pertanyaan yang sesuai dengan keinginan mereka dalam bentuk persetujuan atau *agreement*. Adapun beberapa aspek yang ditanyakan pada kuesioner adalah pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat wirausaha. Dengan pilihan jawaban terdiri dari 4 jawaban yaitu, 1) Sangat setuju, 2) Setuju, 3) Tidak setuju, 4) Sangat tidak Setuju

Teknik analisis data menggunakan:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dapat dilakukan melalui berbagai alat uji seperti di bawah ini:

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji yang menilai persebaran data pada suatu variabel, apakah data tersebut terdistribusi secara normal atau tidak (Faradiba, 2020). Uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* melalui alat bantu komputer dengan program IBM SPSS versi 25.

b) Uji multikolinearitas digunakan untuk menemukan apakah ada suatu multikolinearitas dengan mengukur *arians Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*

yang dilakukan dengan program SPSS.

c) Uji Heteroskedastisitas merupakan sebuah uji yang dimaksudkan untuk melihat apakah ada ketidaksamaan *variance* pada model regresi dari sebuah residual pengamatan kepengamatan lainnya.

d) Uji Autokorelasi Uji Autokorelasi merupakan salah satu pengujian dengan *run test* yang berguna untuk mengetahui apakah data residual terjadi acak ataupun tidak.

2. Analisis Regresi Linear Berganda adalah suatu metode untuk memproyeksikan nilai pengaruh antar dua variabel independen guna menunjukkan ada atau tidaknya hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen. Berikut ini formula regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + e$$

Y = Minat Wirausaha  
 a = Konstanta  
 b1 = Koefisien regresi dari Pendidikan Kewirausahaan  
 X1 = Variabel Pendidikan Kewirausahaan  
 b2 = Koefisien regresi dari Media Sosial  
 X2 = Variabel Media Sosial

3. Pengujian Hipotesis

a) Uji t Uji t dilakukan guna mengetahui secara parsial pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen. Uji t dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikannya dengan derajat kepercayaan 0,05 atau 5%

b) Uji F

Uji ini dilakukan guna melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Karakteristik Responden**

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi UST dengan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu telah mendapatkan kuliah Kewirausahaan. Kuesioner tersebut disebarluaskan dengan media *google forms*. Data yang terkumpul dianalisis adalah dari 93 orang responden.

**Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

Di bawah ini hasil uji validitas penelitian dengan 93 orang responden:

Tabel 1  
Hasil Uji Validitas

<b>Pendidikan Kewirausahaan</b>				
Item	Pearson Correlation	R Tabel	Sig Hitung	Keterangan
X1.1	0,468	0,207	0,000	Valid
X1.2	0,590	0,207	0,000	Valid
X1.3	0,556	0,207	0,000	Valid
X1.4	0,653	0,207	0,000	Valid
X1.5	0,596	0,207	0,000	Valid
X1.6	0,692	0,207	0,000	Valid
X1.7	0,798	0,207	0,000	Valid
X1.8	0,702	0,207	0,000	Valid
<b>Media Sosial</b>				
Item	Pearson Correlation	R Tabel	Sig Hitung	Keterangan
X1.1	0,402	0,207	0,000	Valid
X1.2	0,234	0,207	0,024	Valid
X1.3	0,387	0,207	0,000	Valid
X1.4	0,387	0,207	0,000	Valid
X1.5	0,466	0,207	0,000	Valid
X1.6	0,272	0,207	0,008	Valid
<b>Minat Wirausaha</b>				
Item	Pearson Correlation	R Tabel	Sig Hitung	Keterangan
X1.1	0,282	0,207	0,006	Valid
X1.2	0,164	0,207	0,164	Valid
X1.3	0,480	0,207	0,000	Valid
X1.4	0,508	0,207	0,000	Valid
X1.5	0,391	0,207	0,000	Valid
X1.6	0,283	0,207	0,006	Valid
X1.7	0,470	0,207	0,000	Valid
X1.8	0,485	0,207	0,000	Valid
X1.9	0,601	0,207	0,000	Valid

Sumber: Data oleh Penulis (2021)

Tabel 2  
Hasil Uji Reliabilitas

Item	Nilai Crobach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	0,779	0,60	Reliabel
Media Sosial (X2)	0,836	0,60	Reliabel
Minat Wirausaha (Y)	0,825	0,60	Reliabel

Sumber: Data oleh penulis (2021)

Tabel 3  
Uji Normalitas Data

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
	<i>Unstandardized Residual</i>
N	9
Z	-1,146
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,252
Test distribution is Normal.	

Dari tabel 1, kita dapat mengetahui bahwa hasil uji validitas pada variabel pendidikan kewirausahaan, media sosial, dan minat wirausaha disebut valid sebab setiap poin pertanyaan mempunyai nilai *pearson correlation* > 0,207.

Pada tabel 2 merupakan hasil uji reliabilitas, diperoleh hasil nilai *Crobach's Alpha* pada variabel pendidikan kewirausahaan adalah 0,779, variabel media sosial sebesar 0,836, serta variabel minat wirausaha 0,825. Data dapat disebut *reliable* jika mempunyai nilai *Crobach's Alpha* > 0,6. Jadi, semua item pertanyaan yang digunakan bisa dinyatakan reliabel serta layak dipakai guna menggabungkan data penelitian.

## Hasil Analisa Data

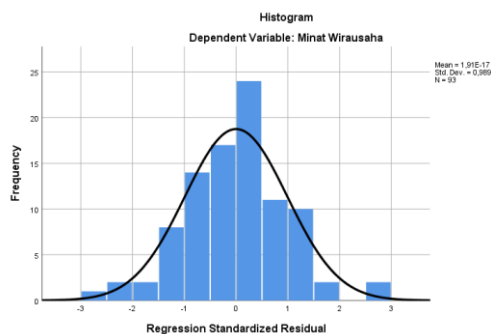
### 1. Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas Data

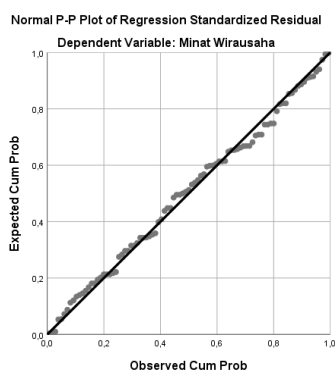
Uji normalitas guna mengukur apakah nilai residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Apabila nilai residual sebagian besar mendekati nilai rata-rata maka nilai residual dinyatakan normal (Suliyanto, 2011). Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Berdasarkan tabel 3, bisa diketahui jika nilai Asymp. Signifikansi sebesar 0,252; yaitu lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa data residual terdistribusi normal. Selain memakai metode *Kolmogorov-Smirnov*, normalitas data juga bisa diketahui melalui analisis grafik histogram. Grafik ini untuk melihat normalitas residual berdasarkan data *probability plot*.

Gambar 2  
Grafik Histogram



Gambar 3  
Grafik Scatterplot



Tampilan gambar 2 di atas menunjukkan bahwa gambar yang membentuk lonceng dan mempunyai nilai Std. 0,979, yaitu lebih besar dari 0,80 sehingga bisa disebut bahwa data terdistribusi normal.

Pada grafik 3, dapat kita ketahui bahwa data tersebut menyebar serta mengikuti arah garis diagonal. Jadi bisa dinyatakan bahwa data penelitian terdistribusi normal dan layak untuk diolah

lebih lanjut menggunakan analisis regresi.

Dari tabel Uji Multikolinieritas bisa kita lihat bahwa seluruh variabel independen, yaitu pendidikan kewirausahaan (X1) dan media sosial (X2) memiliki nilai toleran  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 0,10$ . Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa tidak ditemukan adanya multikolinieritas dan kedua variabel independen bisa dipakai dalam penelitian.



Tabel 4  
Uji Multikolinieritas

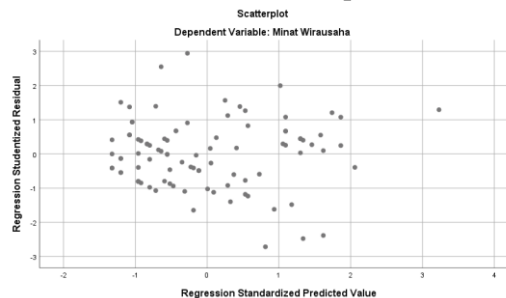
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,978	1,139		2,616	,010		
	Pendidikan	,322	,107	,273	3,003	,003	,622	1,609
	Kewirausahaan							
	Media Sosial	,742	,126	,534	5,875	,000	,622	1,609

a. Dependent Variable: Minat Wirausaha

Sumber : *Output* SPSS versi 25, diolah penulis 2021

**Uji Heterokedastisitas**

Gambar 4  
Grafik Scatterplot



Dari gambar di atas dapat dilihat persebaran titik-titik yang random, baik persebaran di bawah maupun di atas angka 0 sumbu Y. Persebaran tersebut tidak mempunyai pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga seluruh variabel independen dapat digunakan untuk penelitian.

**Uji Autokorelasi**

Model regresi dapat dikatakan baik apabila regresi

tersebut bebas dari autokorelasi.

Deteksi ada atau tidaknya autokorelasi memakai uji *Run Test*. Di bawah ini merupakan hasil uji autokorelasi:

Hasil uji pada tabel 5 diperlihatkan bahwa nilai tes yang diperoleh sebesar -1,146 dengan probabilitas 0,252 yang artinya tidak signifikan pada 0,05. Dengan demikian bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual.

Tabel 5  
Hasil Uji Autokorelasi

	Unstandardized Residual
Z	-1,146
Asymp.Sig	0,252

Sumber: data diolah

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut adalah tabel hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 6  
Hasil Uji analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,978	1,139		2,616	,010
	Pendidikan	,322	,107	,273	3,003	,003
	Kewirausahaan					
	Media Sosial	,742	,126	,534	5,875	,000

a. Dependent Variable: Minat Wirausaha

Sumber :Output SPSS versi 25, diolah penulis 2025

Berdasarkan Tabel tersebut bisa diketahui persamaan nilai regresi linear berganda yaitu

$$Y = 2,978 + 0,322X_1 + 0,742X_2$$

$$\begin{aligned} Y &= \text{MinatWirausaha} \\ a &= 2,978 \\ b_1 &= 0,322 \\ b_2 &= 0,742 \\ X_1 &= \text{Pendidikan} \\ &\text{Kewirausahaan} \\ X_2 &= \text{Media Sosial} \end{aligned}$$

Keterangan:

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

Tabel 7  
Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,734	0,538	0,528	2,470

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Minat Wirausaha

Sumber : Output SPSS versi 25, data diolah penulis

Dari tabel dapat dilihat bahwa koefisien determinasi nilai R Square sebesar 0,538. Untuk itu bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel independen Pendidikan Kewirausahaan ( $X_1$ ) dan Media Sosial ( $X_2$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh pada Minat Wirausaha di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi UST sebesar 0,538 atau 53,8%. Sementara sebesar 46,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar variabel yang diteliti.

### 3. Uji Hipotesis

#### Uji t

Berdasarkan hasil pada tabel 8, dilihat bahwa variabel pendidikan

kewirausahaan dengan tingkat signifikansi 0,003; yaitu lebih rendah dari 0,05. Hal ini berarti variabel pendidikan kewirausahaan secara sebagian atau parsial mempunyai pengaruh pada minat wirausaha. Sementara variabel media sosial mempunyai nilai signifikansi 0,000, berarti variabel tersebut berpengaruh terhadap minat wirausaha.

Pada tabel 9, Berdasarkan output tersebut, nilai signifikansi untuk pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh pendidikan kewirausahaan ( $X_1$ ) dan media sosial ( $X_2$ ) terhadap minat wirausaha (Y).

Tabel 8  
Hasil Uji t (Persial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,978	1,139		2,616	0,010
Pendidikan Kewirausahaan	0,322	0,107	0,273	3,003	0,003
Media Sosial	0,742	0,126	0,534	5,875	0,000

Sumber: *Output SPSS* versi 25, diolah penulis 2021.

#### Uji F

Tabel 9  
Hasil Uji F (Simultan)  
ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	640,187	2	320,094	52,469	0,000
Residual	549,060	90	6,101		
Total	1189,247	92			

a. Dependent Variable: Minat Wirausaha

Sumber: *Output SPSS* versi 25, diolah penulis 2021

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Wirausaha

Hasil uji t menunjukkan pendidikan kewirausahaan mempunyai nilai signifikansi 0,003, yaitu lebih rendah dari 0,05. Dengan demikian dapat disebutkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan pada minat wirausaha. Artinya, dengan bertambah meningkatnya pendidikan kewirausahaan di Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi UST maka akan meningkatkan minat wirausaha mahasiswanya.

### 2. Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Wirausaha

Dari uji t, variabel media sosial memiliki tingkat signifikansi 0,000, lebih rendah dari 0,05. Untuk itu bisa disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat wirausaha. Artinya, dengan bertambah meningkatnya pemanfaatan media sosial di Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi UST maka akan meningkatkan minat wirausaha mahasiswanya.

### 3. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Wirausaha

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat

variabel independen yaitu pendidikan kewirausahaan ( $X_1$ ) dan media sosial ( $X_2$ ) secara Bersama-sama ataupun simultan berpengaruh terhadap minat wirausaha di Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi UST sebesar sebesar 0,538 atau 53,8%.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil seluruh analisis data, dapat ditarik kesimpulan:

1. Variabel pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada minat wirausaha mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi UST.
2. Variabel independen (media sosial) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat wirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UST.
3. Variabel Independen yaitu pendidikan kewirausahaan dan media sosial secara Bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat wirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi UST.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil bahwa Pendidikan kewirausahaan dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat

wirausaha mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi UST, baik secara parsial maupun secara bersama-sama (simultan). Untuk itu, prodi manajemen diharapkan dapat semakin meningkatkan Pendidikan kewirausahaan sebagai pembelajaran di kampus sekaligus dapat memanfaatkan media sosial sebagai salah satu alat yang efektif untuk pembelajaran wirausaha.

Untuk penelitian selanjutnya, hendaknya dapat memperluas sampel penelitian dan menambah indikator serta variabel independen baru untuk mengetahui secara luas apakah ada pengaruh dari variabel lain terhadap minat wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi UST.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Addis Yudhistira Ramdani, D. A. G. (2016). *Identifikasi Karakteristik Wirausaha Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Ir. Kunto Herwibowo Owner CV. Spirit Wira Utama)*. 3(3), 3040–3048.
- Ade Nurhayati Kusumadewi. (2020). *Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Purwakarta. Journal of Chemical Information and Modeling*, 7, 87–94.
- Faradiba. (2020). Universitas Kristen Indonesia 65. *SEJ (School Education Journal)*, 10(1), 65–73. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/school/article/view/18067>
- Handayani, C. M. sri, Wibowo, T. S., & Prabowo, T. A. (2020). Media Sosial Dan Pendidikan Kewirausahaan Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen. *Majalah Ekonomi*,
- Mailoor, A., Senduk, J. J., & Londa, j w. (2017). Pengaruh penggunaan media sosial. *Jurnal Acta Diurna*, VI(1).
- Manik Pratiwi, A. A. (2020). Peran Sosial Media Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73–81. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.179>
- Nurjanah, S. (2014). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Cyberbulliyng Pada Siswa SMAN 12 Pekanbaru. *Jom FISIP*, 1
- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). *Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja.: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*,