

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai

Meisyaraswati

Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai

meisyaraswati2001@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa IAITF Dumai. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada mahasiswa IAITF Dumai. Sampel yang diambil sebanyak 113 mahasiswa. Namun, Data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda, dengan bantuan software SPSS 21.0 for Windows. Hasil penelitian menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan Penggunaan media sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa IAITF Dumai. Dengan pengaruh sebesar 30,7% dan sisanya 69,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, minat berwirausaha

Abstract

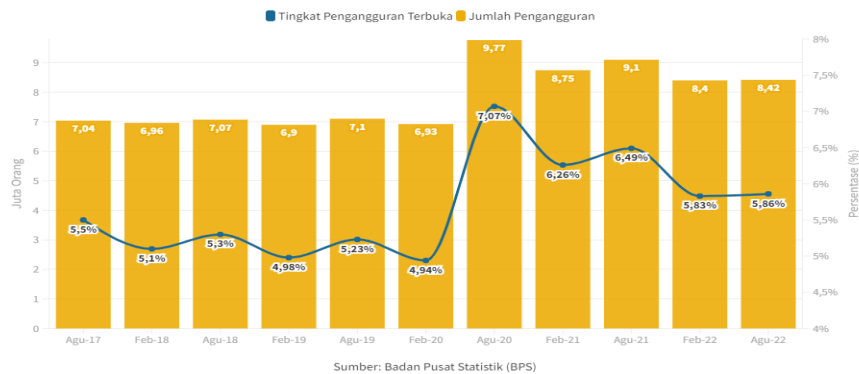
This study aims to see the influence of entrepreneurial knowledge and the use of social media on the interest in entrepreneurship of IAITF Dumai students. This study uses a quantitative method approach. The data used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires to IAITF Dumai students. The samples taken were 113 students. However, data were analyzed using multiple regression analysis, with the help of SPSS 21.0 for Windows software. The research results found that entrepreneurial knowledge and the use of social media together had a significant and positive effect on the interest in entrepreneurship in IAITF Dumai students. With an influence of 30.7% and the remaining 69.3% is influenced by other factors.

Keywords: Entrepreneurship knowledge, use of social media, interest in entrepreneurship

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di dunia. Indonesia menempati peringkat ke 4 dunia setelah Cina, India dan Amerika Serikat sebagai negara dengan penduduk terbanyak. Indonesia adalah negara dengan potensi sumber daya yang signifikan, termasuk sumber daya alam dan sumber daya manusia. Sesuai dengan potensi sumber daya yang dimiliki, Indonesia memiliki berbagai pilihan bisnis, termasuk di

bidang pertanian, peternakan, makanan, minuman, kerajinan tangan, pakaian, dan aksesoris. Karena kenyataan bahwa mayoritas orang Indonesia memilih untuk mencari pekerjaan daripada menciptakannya, masih ada sangat sedikit pengusaha di negara ini. Ini menjelaskan mengapa masih banyak orang tanpa pekerjaan karena bisnis tidak dapat mempekerjakan semua orang yang melamar, sehingga semakin sulit untuk mendapatkan pekerjaan.



Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 8,42 juta orang pada Agustus 2022. Jumlah tersebut mengalami kenaikan dibandingkan pada Februari 2022 yang sebanyak 8,40 juta orang. Namun, jika dibandingkan dengan periode yang sama setahun sebelumnya, jumlah pengangguran di Indonesia tercatat menurun. Pada Agustus 2021, jumlah pengangguran di Indonesia sebanyak 9,1 juta orang. Jika dibandingkan dengan total angkatan kerja yang sebanyak 143,72 juta orang, tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia terpantau sebesar 5,86% pada Agustus 2022. Angka tersebut meningkat 0,03% poin dibandingkan pada Februari 2022 yang sebesar 5,83% (*Tingkat Pengangguran Indonesia Capai 5,86% Pada Agustus 2022*, n.d.). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), rasio jumlah wirausaha di Indonesia masih sebesar 3,47 persen atau hanya sekitar 9 juta orang dari total jumlah penduduk. Statistik ini menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki kebutuhan besar akan pemilik bisnis baru karena diharapkan komunitas bisnis yang berkembang di negara ini akan menciptakan lapangan kerja baru dan menurunkan pengangguran. Selain itu, dapat membantu dalam meningkatkan ekonomi lokal dan nasional.

Merujuk pada data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran di kota Dumai pada tahun 2021 sebanyak 9.084,00 jiwa. Meskipun angka pengangguran ini turun

dibandingkan periode sebelumnya hal ini tidak bisa dianggap sepele apabila tidak diatasi (*Badan Pusat Statistik Kota Dumai, n.d.*). Berikut tabel jumlah pengangguran yang ada di Kota Dumai:

Wilayah	Pengangguran Terbuka (Jiwa)		
	2019	2020	2021
Dumai	9723.00	12005.00	9084.00

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Dumai, n.d.)

Kepala Bidang Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Andre Martin, SE, M.Si meskipun terjadi penurunan angka pengangguran pada tahun 2021 tidak menjadi jaminan bahwasanya semua sudah memiliki pekerjaan. Penyelesaian masalah angka pengangguran pada tahun 2022, di antaranya dengan melakukan peningkatan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) baik melalui jalur pendidikan formal, pelatihan kerja maupun lewat program pemagangan (*Disnakertrans Kota Dumai Akan Selesaikan Masalah Angka Pengangguran Tahun 2022 – BorgolNews, n.d.*).

Hendro mengatakan dalam (Wulandari, 2020) kewirausahaan adalah kemampuan yang ada didalam diri seseorang agar dapat dimanfaatkan secara optimal sehingga dapat meningkatkan taraf hidup. Suryana dan Katib mengatakan dalam (Wulandari, 2020) kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam memanfaatkan peluang guna memperoleh keuntungan untuk diri sendiri maupun orang lain serta menciptakan suatu produk yang memiliki nilai tambah bagi konsumen melalui keberanian dalam mengambil resiko, mau berfikir kreatif inovatif dan kemampuan manajemen.

Metode Penelitian

Tempat penelitian yang dilakukan penulis di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai yang terletak di Jl. Utama Karya No. 3 Kelurahan Bukit Batrem Kecamatan Dumai Timur Kota Dumai. Penelitian ini berlangsung dari bulan Januari-Februari untuk penyelesaian Bab I dan II. Selanjutnya Maret-April melakukan penyebaran angket dan penyelesaian Bab III, IV dan V serta melakukan analisis data menggunakan SPSS 21. Yang menjadi sumber data

sebuah penelitian disebut subjek penelitian. Subjek dalam penelitian dapat berupa manusia, tumbuhan, binatang, dan lain-lain (IAITF,2017). Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah mahasiswa aktif tahun 2022/2023 Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai. Objek sebuah penelitian merupakan permasalahan yang menjadi fokus utama dalam penelitian. Secara lebih khusus, yang merupakan objek penelitian yaitu masalah yang sudah dirumuskan pada rumusan masalah penelitian (IAITF,2017). Maka yang menjadi objek penelitian ini yaitu Pengetahuan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial dan Minat Berwirausaha Mahasiswa IAITF Dumai. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain (Iqbal Hasan, 2004). Populasi dalam penelitian ini, yaitu pada mahasiswa yang aktif pada tahun 2022/2023. Jumlah keseluruhan mahasiswa aktif tahun 2022/2023 di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai berjumlah 427 orang.

Jumlah Mahasiswa dari seluruh Jurusan dan Angkatan

No	Jurusan	Angkatan 2019	Angkatan 2020	Angkatan 2021	Angkatan 2022	Jumlah
1	PAI	53	37	46	53	189
2	MPI	7	2	0	7	16
3	Ekonomi Syariah	12	19	8	39	78
4	Hukum Keluarga Islam	16	9	8	12	45
5	Hukum Ekonomi Islam	19	38	14	28	99
Total		107	105	76	139	427

Sumber : Data PDDIKTI Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai

Pengetahuan Kewirausahaan Mahasiswa IAITF Dumai

Tabel 1. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
X1	113	33,00	47,00	39,8230	3,27662	,101	,227	-,575	,451
X2	113	19,00	45,00	34,0442	5,43532	-,495	,227	,141	,451
Y	113	30,00	55,00	45,0177	4,80881	-,125	,227	,344	,451
Valid N (listwise)	113								

Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui nilai rata-rata Pengetahuan Kewirausahaan Mahasiswa IAITF Dumai sebesar 39,8230, nilai tersebut termasuk kedalam kategori cukup, karena hasil pengukuran yang telah dilakukan, Pengetahuan Kewirausahaan Mahasiswa IAITF Dumai dengan indikator, dengan berwirausaha membuat mahasiswa percaya diri dan bertanggung jawab, dengan praktek kewirausahaan dapat meningkatkan kreatifitas mahasiswa, mahasiswa akan memanfaatkan peluang untuk mendapatkan keuntungan, mahasiswa dapat membuat inovasi produk yang diminati konsumen, mahasiswa mendapatkan ide usaha dari hasil pembelajaran dikampus maupun dari seminar, mahasiswa pernah mengikuti seminar kewirausahaan, mahasiswa pernah mengikuti pelatihan atau kursus kewirausahaan, mahasiswa mendapat nilai yang baik dalam matakuliah kewirausahaan, mahasiswa memperoleh pengetahuan berwirausaha dari materi matakuliah kewirausahaan di kampus. Dalam hal ini kategori keteladanan guru masih sebatas cukup.

Kapasitas seseorang untuk pemikiran orisinal dan tindakan inventif, yang memungkinkan mereka menghasilkan ide atau kemungkinan dan memanfaatkannya dengan baik, dikenal sebagai pengetahuan kewirausahaan. Mengembangkan sikap dan passion kewirausahaan, merumuskan solusi masalah, mengidentifikasi sikap dan perilaku kewirausahaan, menerapkan sikap dan perilaku kerja prestatif, mengambil risiko bisnis, mengambil keputusan, menampilkan sikap pantang menyerah dan ulet, mengelola konflik,

serta membangun komitmen terhadap diri sendiri dan orang lain adalah beberapa kompetensi dasar kewirausahaan yang dapat digunakan untuk mengukur pengetahuan kewirausahaan dalam penelitian ini. (Fernandes, 2014).

Pengetahuan kewirausahaan merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari nilai, kemampuan dan perilaku dalam menghadapi berbagai tantangan hidup. Menurut Suryana (2003), kewirausahaan diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu karena kewirausahaan memiliki badan pengetahuan yang utuh dan nyata, memiliki dua konsep yaitu *venture start-up* dan *venture growth* serta memiliki objek tersendiri yaitu kemampuan menciptakan sesuatu. Pengetahuan kewirausahaan yang memiliki peran penting bagi tumbuhnya minat wirausaha dapat diklasifikasikan dalam 4 kategori. Menurut Alcade et al., (2002), kategori tersebut adalah: *entrepreneurial awareness education*, dimana kategori Pengetahuan ini memiliki tujuan untuk meningkatkan jumlah orang yang memiliki pengetahuan yang memadai tentang kewirausahaan. Pengetahuan ini mengarahkan ke satu elemen yang menentukan minat, misalnya pengetahuan, keinginan maupun kemungkinan untuk melakukan kegiatan kewirausahaan. Kategori kedua adalah *education for start-up*, kategori Pengetahuan kewirausahaan yang difokuskan pada aspek praktik yang spesifik pada tahap permulaan usaha, misalnya bagaimana mendapatkan modal usaha, aspek legalitas wirausaha dan lain-lain. Kategori ketiga adalah *education for entrepreneurial dynamism*, tujuan dari Pengetahuan kewirausahaan kategori ini adalah tidak lagi untuk menumbuhkan minat akan tetapi mengembangkan perilaku yang dinamis untuk memajukan kegiatan kewirausahaan yang telah dilakukan. Kategori Pengetahuan kewirausahaan yang terakhir adalah *continuing education for entrepreneur*. Kategori Pengetahuan kewirausahaan ini difokuskan untuk meningkatkan kemampuan wirausahaan yang telah ada (Nursito & Nugroho, 2013).

Penggunaan Media Sosial Mahasiswa IAITF Dumai

Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui nilai rata-rata Penggunaan Media Sosial Mahasiswa IAITF Dumai sebesar 34,0442, nilai tersebut termasuk kedalam kategori cukup, karena hasil pengukuran yang telah dilakukan, Penggunaan Media Sosial Mahasiswa IAITF Dumai dengan

indikator, mahasiswa berusaha selalu tepat waktu untuk menanggapi pelanggan di media social, mahasiswa membutuhkan penggunaan media sosial dalam kegiatan berdagang, mahasiswa berusaha untuk menampilkan testimony produk di media social, mahasiswa menampilkan audio pesan tentang produk saya di media social, mahasiswa mengirim produk ke komunitas /grup bisnis untuk mendapatkan koneksi yang luas, mahasiswa berusaha menyampaikan pesan/informasi kepada khalayak melalui gambar/foto-foto produk dengan sangat menarik dan inovatif, mahasiswa selalu menggunakan media sosial dalam bertransaksi, mahasiswa yakin penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dsb dapat membantu pemasaran produk. Dalam hal ini kategori keteladanan guru masih sebatas cukup.

Dengan menggunakan media sosial, pelanggan dapat bertukar konten teks, gambar, audio, dan video satu sama lain, dengan bisnis, dan sebaliknya, menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012: 568). Kontribusi media sosial untuk meningkatkan kesuksesan perusahaan menjadi lebih diakui secara luas. Usaha kecil dapat mengubah cara mereka berinteraksi dengan klien, menjual barang dan jasa mereka, dan berkomunikasi dengan mereka untuk menjalin hubungan positif berkat media sosial. Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial adalah instrumen untuk meningkatkan kemampuan pengguna dalam berbagi, berkolaborasi (untuk bekerja sama) di antara pengguna, dan melakukan tindakan kolektif di luar struktur kelembagaan dan organisasi. Ini adalah sudut pandang lain yang diberikan oleh Shirky dalam Rulli Nasrullah (2016: 11). Sementara itu, Boyd mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan orang dan komunitas berkumpul, bertukar, berinteraksi, dan dalam keadaan tertentu bekerja sama atau bermain satu sama lain dalam Rulli Nasrullah (2016: 11) (Fernandes, 2014).

Menurut Eswanto Sugeng & Siti Laela (2018: 5), media sosial adalah salah satu elemen yang dapat mempromosikan usaha bisnis di masa sekarang karena dapat membantu pengusaha mengubah perspektif mereka dan menggunakannya untuk menarik pelanggan. Keberadaan internet mengubah aktivitas dan cara hidup manusia sehari-hari. Di era modern, signifikansi media sosial dalam meningkatkan kinerja merek atau perusahaan menjadi lebih diakui secara luas. Niat beli konsumen secara signifikan dibentuk oleh kegunaan dan kegunaan produk berbasis teknologi yang dikembangkan (Mardiyanto et al., 2019a). Namun, mengingat

pertumbuhan tahunan pengguna internet, bukan tidak mungkin bahwa di masa depan, pemasar media sosial akan bersaing dengan pemilik bisnis yang masih menggunakan cara tradisional untuk meluncurkan perusahaan (Mardiyanto et al., 2019b). Membina inovasi kewirausahaan, terutama di kalangan siswa yang menggunakan media sosial online, sangat penting karena platform seperti TikTok dan Instagram adalah pilihan terbaik untuk belajar mandiri dan memiliki pengaruh menguntungkan pada bagaimana media sosial digunakan secara keseluruhan (Aputra et al., 2022).

Minat Berwirausaha Mahasiswa IAITF Dumai

Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui nilai rata-rata Minat Berwirausaha Mahasiswa IAITF Dumai sebesar 45,0177, nilai tersebut termasuk kedalam kategori cukup, karena hasil pengukuran yang telah dilakukan, Minat Berwirausaha Mahasiswa IAITF Dumai dengan indikator, Saat ini mahasiswa sudah memiliki usaha, mahasiswa tertarik berwirausaha karena merupakan pekerjaan mandiri, mahasiswa ingin mengembangkan kemampuan dalam bidang bisnis, mahasiswa akan membuat usaha dari hobi, mahasiswa tertarik berwirausaha karena sudah memiliki ide usaha dan pengetahuan yang cukup, mahasiswa merasa puas ketika target penghasilan tercapai, mahasiswa berniat membangun usaha sendiri setelah lulus kuliah, mahasiswa merasa tertarik untuk berwirausaha karena melihat banyak orang sukses dalam berwirausaha, mahasiswa merasa senang jika usaha yang saya bangun berhasil, mahasiswa ingin berwirausaha karena paksaan dari keluarga untuk menjalankan usaha mereka, mahasiswa ingin berwirausaha karena keinginan diri sendiri. Dalam hal ini kategori keteladanan guru masih sebatas cukup.

Minat adalah kecenderungan dan keinginan yang besar terhadap sesuatu yang terdiri dari suatu perasaan senang, harapan, perasaan tertarik, yang muncul karena kemauan dan kecendrungankecendrungan yang lain yang mengarahkan seseorang kepada suatu pilihan atau motif (Rahayu & Laela, 2018). Minat adalah rasa keinginan dan minat pada sesuatu atau kegiatan yang Anda miliki atas inisiatif Anda sendiri. Semakin signifikan atau intim hubungannya, semakin tinggi minatnya (Slameto, 2010: 180). Minat pada dasarnya adalah penerimaan hubungan antara diri sendiri dan sesuatu yang eksternal bagi diri sendiri. Minat

adalah kecenderungan yang terus-menerus dalam diri seseorang untuk merasa tertarik pada topik tertentu dan gembira dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan bidang itu sendiri, menurut Winkel (2004: 650). Sebaliknya, minat, seperti yang didefinisikan oleh Bimo Walgito (2004: 51), adalah keadaan di mana orang memperhatikan sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk belajar lebih banyak tentang hal itu. Bunga adalah tindakan yang difokuskan pada tujuan dan berfungsi sebagai insentif untuk tindakan itu sendiri, klaim M. Ngalim Purwanto (2006: 56). Manusia memiliki motivasi mendasar yang mendorongnya untuk terlibat dengan dunia luar. Adapun cara mengukur minat mahasiswa untuk berwirausaha dapat menggunakan dua cara, Martin Handoko (2003: 62).

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa IAITF Dumai

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18,966	4,737		4,003	,000
1 X1	,320	,124	,218	2,590	,011
X2	,391	,075	,442	5,242	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel analisis regresi linier berganda digunakan meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai 100 faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan) nilainya. Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan jika jumlah variabel independennya minimal dua. Berdasarkan hasil dari coefficients pada tabel di atas dapat dikembangkan menggunakan model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 18,966 + 0,320 X_1 + 0,391X_2$$

Ket :

Y = Minat Berwirausaha Mahasiswa IAITF Dumai

X1 = Pengetahuan Kewirausahaan

X2 = Penggunaan Media Sosial

Berdasarkan model regresi dan tabel diatas maka dapat dijelaskan bahwa, persamaan regresi berganda diatas diketahui mempunyai konstanta sebesar 18,966 dengan tanda positif. Sehingga besaran konstanta menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (X1,X2) diasumsikan konstan, maka variabel dependen yaitu rata-rata minat berwirausaha mahasiswa sudah ada sebesar 18,966. Koefesien Regresi X1 (pengetahuan keirausahaan) sebesar 0,320 artinya setiap pengetahuan kewirausahaan ditingkat satu satuan, menyebabkan kenaikan terhadap rata-rata minat berwirausaha mahasiswa sebesar 0,320 satuan.

Pengaruh Pengguna Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa IAITF Dumai

Berdasarkan model regresi dan tabel diatas maka dapat dijelaskan bahwa, Koefesien Regresi X2 (penggunaan media sosial) sebesar 0,391 artinya setiap penggunaan media sosial ditingkat sebesar satu satuan, menyebabkan terjadinya peningkatan terhadap rata-rata minat berwirausaha mahasiswa sebesar 0,391 satuan. Antara pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media social memiliki hubungan yang positif. Dengan nilai sign 0,011 < 0,05 untuk pengetahuan kewirausahaan dan nilai sign 0,00 untuk penggunaan media social. Yang artinya nilai tersebut dapat disimpulkan. Dengan demikian semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media social maka akan semakin tinggi pula tingkat minat berwirausaha mahasiswa IAITF Dumai.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Secara Serentak terhadap Minat Berwirausaha IAITF Dumai

Tabel 3. Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
-------	---	----------	-------------------	----------------------------	---------------

1	,554 ^a	,307	,295	4,03874	2,180
---	-------------------	------	------	---------	-------

a. Predictors : (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable : Y

Diketahui nilai R Square 0,307 atau 30,7% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara pengetahuan kewirausahaan (variabel X1) dan penggunaan media sosial (variabel X2) terhadap minat berwirausaha (variabel Y) sebesar 30,7% dan sisanya 69,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dipaparkan, maka penulis mengambil kesimpulan yaitu : Pengetahuan kewirausahaan mahasiswa IAITF Dumai termasuk dalam kategori baik dan memiliki nilai rata-rata 39,82. Penggunaan Media Sosial mahasiswa IAITF Dumai termasuk dalam kategori baik dan memiliki nilai rata-rata 34,04. Minat berwirausaha mahasiswa IAITF Dumai termasuk dalam kategori baik dan memiliki nilai rata-rata 45,017. Uji simultan (Uji F), menunjukkan bahwa variabel dependen secara simultan mempengaruhi variabel independen dengan tingkat sign. X1 (0,011) dan X2 (0,000). Dalam hal ini keduanya berpengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa IAITF Dumai. Artinya semakin tinggi tingkat pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial maka minat berwirausaha akan semakin tinggi pula. Uji parsial (Uji T), menunjukkan bahwa variabel independen yang paling dominan dalam mempengaruhi minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan dengan koefisien 0,538 atau 53,8 %, Sedangkan koefisien penggunaan media sosial hanya 0,455 atau 45,5 %. Artinya saat ini mahasiswa yang berwirausaha dipengaruhi oleh pengetahuan kewirausahaan yang didapatkan. Terdapat pengaruh yang simultan antara pengetahuan kewirausahaan (variabel X1) dan penggunaan media sosial (variabel X2) terhadap minat berwirausaha (variabel Y) sebesar 30,7% dan sisanya 69,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Saran

Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan jembatan untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya di bidang kajian yang sama sebaiknya memperluas variabel penelitian yang digunakan sehingga menghasilkan penelitian yang akurat.

Daftar Pustaka

- Achmad Ali Fikri, Syamsul Arifin, M. F. F. (2022). No Title הכי קשה מה את לראות קשה הכי, 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Aksin, N. (2016). Pandangan Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Informatika Upgris*, 2(2), 119–126. <https://doi.org/10.26877/jiu.v2i2.1262>
- Aputra, A., Sukmawati, & Aziz, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *TATA KELOLA : Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 9(1), 107–125.
- Ariana, R. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Badan Pusat Statistik Kota Dumai. (n.d.).
- Carin, A. A., Sund, R. ., & Lahkar, B. K. (2018). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Journal of Controlled Release*, 11(2), 430–439.
- Change, G., Cimino, M., York, N., Alifah, U., Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Chinatown, Y., Staff, C., & Change, G. (2021). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), 6.
- Disnakertrans Kota Dumai Akan Selesaikan Masalah Angka Pengangguran Tahun 2022 – BorgolNews. (n.d.).
- DURI KARTIKA, C., RI, kementerian kesehatan, Studi, P., Dokter, P., Kedokteran, F., Udayana, U., מולי, ג., Oliver, J., Abdul Majid, J., Sulaiman, M., Zailani, S., Shahrudin, M. R., Saw, B., Wu, C. L., Brown, D., Sivabalan, P., Huang, P. H., Houston, C., Goberman-Hill, S., ... Saskia, T. I. (2015). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *經濟研究*, 16(1994), 1–37. <http://eprints.ums.ac.id/37501/6/BAB II.pdf>
- Fauzi, M. (2019). Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha.
- Fernandes, H. P. (2014). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 139.

