

## Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FKIP Universitas Riau

Rena Agustina<sup>1</sup> Sumarno<sup>2</sup> Yogi Riyantama<sup>3</sup>

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Email: [rena.agustina3196@student.unri.ac.id](mailto:rena.agustina3196@student.unri.ac.id)<sup>1</sup> [sumarno.s@lecturer.unri.ac.id](mailto:sumarno.s@lecturer.unri.ac.id)<sup>2</sup>  
[m.yogi@lecturer.ac.id](mailto:m.yogi@lecturer.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Univeritas Riau. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.404 mahasiswa, dengan sampel 93 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh melalui nilai mata kuliah kewirausahaan, sedangkan data primer diperoleh melalui kuisioner. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas Riau dengan nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 68,1% pada taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengetahuan kewirausahaan yang didapatkan maka akan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa dan semakin besar penggunaan media sosial maka semakin besar minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas Riau.

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



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

### PENDAHULUAN

Tuntutan jaman yang semakin meningkat membuat seorang individu harus mampu bersaing untuk memperoleh kesejahteraan hidup yang lebih tinggi. Sejalan dengan kemajuan penduduk Indonesia yang berlangsung dengan pesat di era global saat ini, industrialisasi telah memunculkan beragam masalah yang ada, salah satu diantaranya adalah sempitnya lapangan pekerjaan. Mereka yang lulusan perguruan tinggi biasanya semakin sulit untuk mendapat pekerjaan yang kemudian memunculkan permasalahan baru yaitu salah satunya pengangguran. Usaha mandiri yang sering diganti dengan istilah wirausaha dirasa semakin penting karena semakin sempitnya lapangan pekerjaan. Berdasarkan hasil tracer study yang dilakukan oleh Universitas Riau, 180 orang dari 930 lulusan FKIP Universitas Riau saat ini berstatus belum bekerja tetapi sedang mencari pekerjaan.



Gambar 1. Hasil Tracer Study Mahasiswa FKIP lulusan 2021 Sumber: LPPMP UNRI 2023

Sementara yang berstatus sebagai wirausaha hanya 6,16 % atau 60 orang dari 930 mahasiswa lulusan FKIP. Perguruan tinggi seharusnya menjadi salah satu lembaga pendidikan yang memiliki peran penting dalam mengatasi masalah yang ada seperti pengangguran. Selain itu, perguruan tinggi berkontribusi mencetak calon tenaga kerja yang di didik agar siap bekerja dan menjadi calon wirausahawan dengan ilmu yang didapat di kelas. Supaya nantinya mahasiswa berpeluang lebih besar untuk membuka lapangan kerja yang diharapkan dapat mengurangi angka pengangguran. Universitas Riau sebagai salah satu perguruan tinggi telah menetapkan keberadaan mata kuliah kewirausahaan dalam kurikulum. Universitas Riau juga telah mengembangkan dan melaksanakan program kegiatan kewirausahaan melalui Pusat Pengembangan Karir dan Kewirausahaan sejak tahun 1995 (Sumarno, 2023). Yang mana tujuan umum keseluruhannya adalah membangun pengetahuan teoritis tentang kewirausahaan dan mengembangkan keterampilan dan kompetensi kewirausahaan (Sumarno, 2023). Pendidikan hendaknya dapat berperan dalam meningkatkan jumlah wirausaha-wirausaha di Indonesia.

Salah satu faktor yang sangat penting dalam tumbuh dan berkembangnya jiwa, perilaku, dan jiwa wirausaha mahasiswa adalah pengaruh pengetahuan kewirausahaan. Menurut Muhammad Yogi (2020), kewirausahaan (entrepreneurship) adalah orang yang menciptakan kerja bagi orang lain dengan cara mendirikan, mengembangkan dan bersedia mengambil resiko pribadi dalam menemukan peluang berusaha dan secara kreatif menggunakan potensi-potensi yang ada pada diri untuk mengenali, mengelola, dan menentukan cara produksi, menyusun operasi untuk pengadaan produk, memasarkan serta mengatur permodalan operasi usahanya. Marini dan Hamidah (2014) mengatakan bahwa mengembangkan minat berwirausaha adalah salah satu cara untuk menumbuhkan kesadaran berwirausaha. Minat berwirausaha dalam beberapa penelitian dikenal dengan beberapa istilah yaitu niat berwirausaha dan intensi berwirausaha (Zulianto, Santoso, dan Sawiji, 2014). Menurut Anggraeni dan Harnanik (2015) minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta memiliki kemauan keras untuk belajar dari kegagalan. Selanjutnya menurut Wijaya, Nurhadi, dan Kuncoro (2015) minat berwirausaha merupakan sebuah kecenderungan atau keinginan individu dalam melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan risiko. Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri individu untuk tertarik menciptakan suatu usaha dengan kemauan keras yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Seseorang akan termotivasi untuk mempelajari pembelajaran terkait kewirausahaan dengan lebih serius jika memiliki minat berwirausaha. Adapun indikator minat berwirausaha menurut Murniati (2017) adalah merasa tertarik untuk berwirausaha, berkeinginan untuk berwirausaha dan memiliki keyakinan untuk berwirausaha.

Minat untuk berwirausaha dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor Intrinsik merupakan faktor yang timbul dari dalam diri seseorang, seperti kebutuhan akan pendapatan dan sebagainya. Faktor ekstrinsik adalah faktor yang mempengaruhi seseorang karena rangsangan dari luar, salah satu contoh faktor ekstrinsik yaitu pendidikan. Upaya lembaga pendidikan untuk mempersiapkan lulusannya utamanya dalam perguruan tinggi agar mampu bersaing di dunia kerja yaitu memberikan bekal ilmu kewirausahaan yang didapatkan pada masa menempuh pendidikan dengan diberikannya pembelajaran kewirausahaan di dalam kelas ataupun di luar kelas. Menurut Suratno, Rosmiati, Farida dan Ari Kurniawan (2020) pengetahuan kewirausahaan adalah pemahaman seseorang mengenai dunia usaha yang diwujudkan melalui gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara

kreatif dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha, yang diukur melalui indikator yaitu: 1) Pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis; 2) Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab; 3) Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri; 4) Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis dan 5) Keterampilan memanfaatkan peluang usaha. Semakin baik pengetahuan kewirausahaan mahasiswa maka akan semakin meningkat dan terbuka wawasannya tentang kewirausahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Sumarno & Gimin (2019) mengungkapkan bahwa pelaksanaan pembelajaran kewirausahaan dapat membentuk karakter kewirausahaan di kalangan peserta didik. Melalui perkuliahan kewirausahaan maka akan menciptakan kompetensi kewirausahaan dasar (memiliki pola pikir dan kemampuan menciptakan pekerjaan) (Sumarno et al, 2018).

Adapun faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu penggunaan media sosial. Media sosial menurut M. Hasym (2016) merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Kemudian menurut Zarella (2015) media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya. Pada bidang kewirausahaan, sosial media sangat berperan dalam membantu para wirausahawan untuk mengembangkan promosi dan penjual secara online. Kemudahan yang ditawarkan oleh sosial media memberikan motivasi bagi seseorang untuk dapat memanfaatkannya menjadi sebuah peluang usaha yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dengan penggunaan sosial media secara optimal.

Berdasarkan data yang di kutip dari website *We Are Social* dalam (Riyanto, 2022), tingkat penggunaan sosial media di Indonesia sejak tahun 2014 sampai 2022 selalu mengalami peningkatan jumlah penggunanya. Pada tahun 2014 pengguna sosial media mencapai 62,0 juta jiwa hingga kini tahun 2022 pengguna sosial media telah mencapai 191 juta jiwa. Selanjutnya, menurut data dari *We Are Social* berikut adalah daftar peringkat *platforms* sosial media yang banyak digunakan di Indonesia. Diurutan teratas ada *Whatsapp* sebanyak 88,7%, lalu ada *Instagram* 84,8%, selanjutnya *Facebook* sebanyak 81,3% dan diurutan keempat ada *Tiktok* yang sedang meningkat pesat dengan 63,1% (Riyanto, 2022). Sosial media dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu *brand* atau produk. Dengan menghadirkan media untuk berpromosi secara online melalui sosial media, masyarakat dapat lebih mudah mengenali keberadaan produk yang kita miliki. Sosial media juga menawarkan kemudahan untuk dapat menerapkan strategi pemasaran secara online, seperti membuat *content* atau iklan, penggunaan foto produk yang menarik, dan lainnya. Manfaat lainnya, dengan adanya sosial media para wirausahawan dapat berinteraksi dengan pelanggan secara tidak langsung. Adapun indikator penggunaan media sosial menurut Rasyidah (2017) yaitu alokasi waktu mengakses media sosial, akun media sosial yang dimiliki, kegunaan/ alasan menggunakan media sosial dan dampak positif dan negatif penggunaan media sosial. Di era serba modern seperti sekarang, kemunculan beragam sosial media dapat menunjang kegiatan kehidupan sehari-hari. Media sosial merupakan media yang digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Media sosial juga dapat dijadikan sebagai sarana dalam bertukar informasi, gambar maupun video dan dapat digunakan sampai ke mancanegara (Rahayu & Laela, 2018).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif berhubungan dengan gejala sebab akibat untuk populasi atau sampel tertentu secara keseluruhan, sistematis, terencana dan struktur sehingga akan memperoleh signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan memberikan kesempatan sama setiap populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini

adalah 93 mahasiswa. Data diperoleh melalui angket dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, dimana sebelumnya dilakukan uji normalitas, dan uji multikolinieritas.

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan uji hipotesis peneliti telah mengumpulkan data-data yang mendukung penelitian ini yaitu antaranya deskripsi kuesioner (angket).

**Tabel 1. Data Deskriptif Variabel Pengetahuan Kewirausahaan**

Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori
81-100	65	70 %	Sangat Baik
71-80	20	21,5%	Baik
60-70	6	6,4%	Cukup
< 60	2	2,1%	Kurang
Jumlah	93	100%	

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa hasil belajar sebagian sampel pada variabel Pengetahuan Kewirausahaan FKIP di Universitas Riau pada kategori sangat baik 70%, 21,5% termasuk kategori baik, kemudian 6,4% cukup dan selanjutnya 2,11% dinyatakan dalam kategori kurang. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata hasil belajar responden pada variabel pengetahuan kewirausahaan pada kategori "Sangat Baik."

**Tabel 2. Data Deskriptif Variabel Penggunaan Media Sosial**

Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori
35,7-44	25	26,8 %	Sangat Tinggi
29-35,6	53	57 %	Tinggi
19,3-28	10	10,8%	Sedang
11-19,2	5	5,4%	Rendah
Jumlah	93	100 %	

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel Penggunaan Media Sosial mahasiswa FKIP di Universitas Riau jawaban responden 26,8% termasuk sangat tinggi, 57% termasuk kategori tinggi, 10,8% kategori sedang dan selanjutnya 5,4% dinyatakan dalam kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden pada variabel penggunaan media sosial pada kategori "Tinggi".

**Tabel 3. Data Deskriptif Variabel Minat Berwirausaha**

Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori
35,7-44	26	28%	Sangat Tinggi
27,6-35,6	58	62,4%	Tinggi
19,3-27,5	6	6,4 %	Sedang
11-19,2	3	3,2%	Rendah
Jumlah	93	100 %	

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada variabel minat berwirausaha mahasiswa FKIP di Universitas Riau jawaban responden 28% termasuk sangat tinggi, 62,4% termasuk tinggi, 6,4% rendah dan selanjutnya 3,2% dinyatakan dalam kategori sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden pada minat berwirausaha pada kategori "Tinggi". Maka ditarik kesimpulan seluruh mahasiswa rata-rata menjawab sering pada setiap pernyataan yang diberikan, ini mengartikan bahwa variabel  $X^1$  dan  $X^2$  memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha.

## Pengujian Hipotesis

Analisis data menggunakan analisis data linear berganda, sebelum dilakukan analisis data, digunakan uji asumsi klasik terlebih dahulu yaitu: uji normalitas dan uji multikolinearitas. Dari hasil uji normalitas dengan uji statistic *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sebesar  $0,157 > 0,05$ . Maka dapat diartikan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari model analisis pada penelitian ini berada kurang dari angka 10, yaitu pengetahuan kewirausahaan memiliki VIF sebesar 2,063 dan penggunaan media sosial memiliki VIF sebesar 2,063. Sedangkan pada nilai *tolerance* semua variabel lebih besar dari 0,1, yaitu pengetahuan kewirausahaan memiliki *tolerance* sebesar 0,485 dan penggunaan media sosial memiliki *tolerance* sebesar 0,485. Hal ini berarti dalam model regresi tidak adanya korelasi antar variabel bebas, jadi disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,137	3,167		,043	,966
	Pengetahuan kewirausahaan	,198	,054	,313	3,663	,000
	Penggunaan media sosial	,508	,076	,572	6,689	,000

a. Dependent Variable: Minat berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 4 diketahui bahwa constanta sebesar 0,137 dan nilai pengetahuan kewirausahaan sebesar 0,193, serta nilai penggunaan media sosial sebesar 0,508. Maka dapat diinput ke dalam persamaan regresi linear berganda:  $Y = 0,137 + 0,198 X_1 + 0,508 X_2 + e$ . Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dengan hasil koefisien determinasi sebesar 0,681 jadi pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa sebesar 0,681 atau 68,1% sedangkan sisanya 31,9% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Selain itu, melalui uji F diketahui nilai *F* hitung sebesar 96,280 > *F* tabel 4,85 dengan sig.  $0,000 < 0,05$ , maka hal ini berarti bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan ( $X_1$ ) dan penggunaan media sosial ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap minat berwirausaha ( $Y$ ) sebesar 68,1%. Sedangkan sisanya 31,9 % berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peneliti memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak; yang pertama: Bagi Mahasiswa, yaitu bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha oleh karena itu diharapkan bagi mahasiswa supaya lebih meningkatkan pengetahuan kewirausahaan dengan mengikuti kegiatan belajar mengajar baik secara teori maupun praktik agar memiliki minat untuk berwirausaha, baik sebelum maupun sesudah lulus perguruan tinggi. Dan yang kedua: Bagi penelitian selanjutnya, yaitu hasil

penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfaruk, 2016. "Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo". *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. Vol. 4. No. 2.
- Anni A.R, Gusnardi, Sumarno, 2020. Analysis of the Effect of Learning Motivation on Learning Achievement. *Jurnal of Educational Sciences* Vol. 4 No. 1
- Fransiska, Sumarno, Filma. 2022. Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FKIP Universitas Riau. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*
- Hendrawan, Sirine. 2017. Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*
- Koranti, Koms. 2013. "Analisis Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Minat Berwirausaha". Jakarta: Bentang Pustaka.
- Listiawati, Mesiana, dan Susantiningrum Susantiningrum. 2020. "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Di Mahasiswa". *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*
- Manalu, Ida Ranti. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Pekerjaan Orang Tua Terhadap Motivasi Berwirausaha Di Smk Negeri 1 Tandun Kabupaten Rokan Hulu".
- Marini, Chomzana Kinta, and Siti Hamidah. (2014). "Pengaruh Self-Efficacy, Lingkungan Keluarga, Dan Lingkungan Sekolah Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Jasa Boga." *Jurnal Pendidikan Vokasi*
- N Nurjamiah, S Sumarno, G Gimin. 2020. "Development of E-Millennial Entrepreneur Learning Model for Entrepreneurs Learning of Vocational School". *Journal of Educational Sciences*
- Ni Putu & Nyoman (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*
- Prasetio, Tio. 2020. "Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha". *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*
- Riyantama, Muhammad Yogi. 2020. "Competency Of Entrepreneurship And Performance Of Principal In Elementary School". *JURNAL PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)*
- Sumarno, 2023. Entrepreneurship Education at Universitas Riau, Indonesia. *Migration Letters*. Vol.20 No.5
- Sumarno, Gimin. 2019. Analisis Konseptual Teoretik Pendidikan Kewirausahaan Sebagai Solusi Dampak Era Industri 4.0 di Indonesia *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*
- Sumarno, S., Gimin, G., Haryana, G., & Saryono, S. 2018. Desain pendidikan kewirausahaan mahasiswa berbasis technopreneurship. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*
- Suratno, Kohar, Rosmiati. 2020. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa/I Pada Smk Negeri 1 Kota Sungai Penuh. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*