Pusat Publikasi dan Penebitan Yayasan Al Ma'arif Dawuhan

alamat surel: ger@yaalmada.or.id

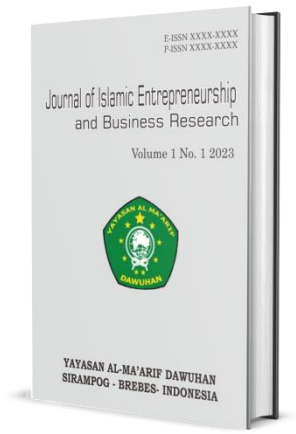
Journal of Islamic Entrepreneurship and Business Research

https://journal.yaalmada.or.id/index.php/vmr

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Ekspektasi Pendapatan, dan Peran Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Siti Fatimah Nurul'aini, Ika Indriasari, Ratih Hesty Utami Puspitasari

Universitas PGRI Semarang, Semarang, Indonesia



ARTICLE INFO

Article history:
Received 15 January 2024
Accepted 30 March 2024
Publish 30 April 2024

Keywords:
Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Ekspektasi Pendapatan, Peran Media Sosial

ABSTRAK

Unemployment remains a persistent challenge for many developing countries, including Indonesia, and addressing it requires innovative approaches. One potential solution is fostering entrepreneurship, which can enhance creativity and provide individuals with opportunities to develop and implement their ideas. Entrepreneurship not only supports personal economic independence but also contributes to broader economic growth. This study focuses on analyzing the factors that influence entrepreneurial interest among university students, particularly at Universitas PGRI Semarang. Specifically, it examines the impact of entrepreneurial knowledge, entrepreneurial motivation, income expectations, and the role of social media on students' entrepreneurial interest. The research employs a quantitative approach using multiple linear regression analysis and involves a sample of 100 respondents. Data were collected through structured questionnaires and analyzed using SPSS 25 for hypothesis testing. The results reveal that entrepreneurial knowledge (X1) and entrepreneurial motivation (X2) do not significantly influence students' entrepreneurial interest (Y). However, income expectations (X3) and the role of social media demonstrate a significant positive effect on entrepreneurial interest. These findings highlight the importance of external factors, such as financial incentives and technological tools, in shaping students' inclination toward entrepreneurship. Social media, in particular, plays a crucial role as a platform for marketing, networking, and idea generation, emphasizing its relevance in contemporary entrepreneurial ecosystems. This study underscores the need for educational institutions to integrate practical entrepreneurial strategies and digital literacy into their curricula to better prepare students for entrepreneurial ventures..

This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

* Penulis korespondensi. Email:*sitifatimah@gmail.com*
http://dx.doi.org/10.1016/ger.2023.01.012

Latar Belakang

Saat ini pertumbuhan penduduk di Indonesia sedang dalam masa dimana jumlah usia produktif lebih banyak ketimbang usia yang tidak produktif yaitu lebih dari 68% dari total populasi, jumlah ini juga mempengaruhi pengangguran dan menipisnya lapangan kerja. Pengangguran dan kemiskinan merupakan masalah bagi negara - negara berkembang termasuk Indonesia. Fenomena tingginya angka pengangguran di Indonesia karena terlampau banyaknya tenaga kerja yang tidak sebanding dengan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia. Tenaga kerja lebih diarahkan pada sektor formal, sehingga ketika sektor formal tidak tumbuh, orang tidak berusaha menciptakan pekerjaan sendiri di sektor swasta. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan tingginya jumlah pengangguran. Masalah pengangguran di bangsa ini perlu mendapat perhatian khusus bagi pemerintah karena apabila angka pengangguran tinggi secara otomatis angka kemiskinan juga akan naik.

Dari data BPS, tentang tingkat pengangguran terbuka tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengangguran di kalangan lulusan berpendidikan tinggi masih sangat tinggi. Memperoleh gelar dari sekolah atau universitas tidak menjamin seseorang dapat dengan mudah mendapatkan pekerjaan. Salah satu penyebab utama pengangguran terdidik ini adalah ketidakseimbangan antara jumlah lulusan yang terus bertambah dan ketersediaan lapangan pekerjaan.

Ketidaksesuaian keterampilan yang diperoleh di bangku sekolah dengan kebutuhan dunia industri juga menjadi faktor signifikan. Banyak lulusan tidak memiliki keterampilan yang relevan dengan permintaan pasar kerja, sehingga meskipun mereka memiliki kualifikasi akademik, mereka tetap mengalami kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan. Tantangan lainnya adalah kurangnya keberanian untuk mengambil risiko dan berinovasi dalam menciptakan usaha mandiri, sehingga tingkat pengangguran tetap tinggi meskipun tingkat pendidikan meningkat. Salah satu cara untuk mengurangi pengangguran adalah dengan cara kewirausahaan. Kewirausahaan dinilai sebagai salah satu aspek yang dapat membantu meningkatkan perekonomian Indonesia. Dengan berwirausaha dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan masyarakat untuk mengungkapkan ide dan kreasi. Sementara itu, kewirausahaan memungkinkan masyarakat untuk tidak terlalu bergantung pada pemerintah seperti menjadi pegawai negeri atau menanam modal untuk investasi asing. Apabila kewirausahaan dapat berjalan dengan baik, maka dapat membantu masyarakat lebih mandiri secara ekonomi. Salah satu cara untuk mengurangi pengangguran adalah dengan cara kewirausahaan. Kewirausahaan dinilai sebagai salah satu aspek yang dapat membantu meningkatkan perekonomian Indonesia. Dengan berwirausaha dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan masyarakat untuk mengungkapkan ide dan kreasi. Sementara itu, kewirausahaan memungkinkan masyarakat untuk tidak terlalu bergantung pada pemerintah seperti menjadi pegawai negeri atau menanam modal untuk investasi asing. Apabila kewirausahaan dapat berjalan dengan baik, maka dapat membantu masyarakat lebih mandiri secara ekonomi.

Pemerintah sudah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021—2024, untuk merealisasikan target tersebut. Peraturan Presiden tersebut merupakan pedoman bagi kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam melakukan pengembangan kewirausahaan nasional. Dalam pengembangkan kewirausahaan nasional, kementerian/lembaga dan pemerintah daerah diharapkan memberikan fasilitas dan insentif serta pemulihan kepada para pelaku usaha berupa kemudahan pendaftaran perizinan berusaha, fasilitasi, serta standardisasi dan sertifikasi. Selain itu juga akses pembiayaan dan penjaminan, serta pengutamaan dalam pengadaan barang dan atau jasa pemerintah (https://mpr.go.id , 2024).Wirausaha dengan menciptakan sebuah lapangan kerja dapat membantu menyerap sumber daya manusia agar dapat dimanfaat-kan dengan baik. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa perguruan tinggi merupakan salah satu alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran. Dengan memiliki jiwa kewirausahaan, diharapkan mahasiswa dapat menciptakan lapangan kerja dengan memanfaatkan peluang usaha dan mengoptimalkan potensi yang dimiliki.

Wirausaha (entrepreneur) merupakan orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani

memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Kasmir, 2011). Dengan kewirausahaan, maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang luas, tidak bergantung kepada orang lain dalam mendapatkan pekerjaan dan dapat membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran dengan cara membuka lapangan pekerjaan. Selain itu, seorang wirausaha juga memiliki penghasilan yang lebih besar dibandingkan dengan menjadi karyawan. Kewirausahaan juga dapat membantu meningkatkan pendapatan dalam negeri melalui sektor pajak.

Sebelum meningkatkan jumlah wirausaha dan menekan angka pengangguran di Indonesia, masyarakat harus disadarkan dengan pentingnya meningkatkan minat berwirausaha. Minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau ketertarikan terhadap sesuatu. Minat berwirausaha berkorelasi dengan motivasi internal untuk mengejar karir di bidang bisnis, karena setiap orang harus memiliki kepercayaan diri dan dorongan untuk berhasil dalam menjalankan bisnis (Nurhayati, dkk., 2019). Ada penghambat yang menjadi masalah dalam minat berwirausaha, yaitu pola pikir masyarakat yang lebih tertarik untuk mencari pekerjaan dibandingkan berwirausaha, rendahnya kapasitas SDM pelaku wirausaha dan regulasi yang belum mampu mengatasi persoalan sehingga menghambat perkembangan dunia wirausaha serta kendala dalam mengakses modal (binus.ac.id, 2023).

Selain minat, dibutuhkan pengetahuan mengenai kewirausahaan itu sendiri. Menurut Notoatmodjo (2007), pengetahuan merupakan hasil dari penginderaan terhadap objek untuk dipelajari sehingga menghasilkan tahu pada diri seseorang. Sebagaian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui telinga dan mata. Sedangkan pengetahuan terdiri dari pengetahuan langsung yaitu pengetahuan yang diperoleh sebelum seseorang menjadi wirausaha, pengetahuan tidak langsung yang diperoleh dari berbagai pihak yang terjadi ketika seseorang tersebut sebelum menjadi wirausaha atau saat menjadi wirausaha (Widayana, 2005).

Tinjauan Literatur

Pengetahuan Kewirausahaan

Mahaiswa yang memiliki pengetahuan kewirausahaan akan berusaha untuk mempersiapkan diri untuk berwirausaha sesuai dengan keterampilan dan kemampuannya (Lestari & Wijaya dalam Sinaga, 2023). Melalui pengetahuan kewirausahaan mahasiswa dapat membentuk pola pikir (mindset), sikap, dan perilaku untuk menjadi wirausahawan (entrepreneur) sehingga dapat mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir (Retno dan Trisnadi dalam Ramadhania, 2018). Pengetahuan kewirausahaan dapat diperoleh dari mata kuliah kewirausahaan. Mata kuliah kewirausahaan dapat bersifat teoritis dan praktik langsung di lapangan dengan cara menjual produk. Pengetahuan kewirausahaan juga dapat diperoleh melalui pertukaran pikiran dengan sesama wirausaha. Diskusi yang dilakukan oleh wirausaha dapat membuka ide dan inovasi tentang bisnis yang akan dijalankan. Minat mahasiswa dan pengetahuan mereka tentang kewirausahaan diperkirakan akan membentuk tren mereka untuk membuka bisnis baru di masa depan (Hendrawan & Sirine, 2017).

Motivasi Berwirausaha

Menurut Wikanso, 2013 dalam Andayanti dan Harie, 2020 Motivasi dalam konteks kewirausahaan sebagai keseluruhan elemen daya penggerak di dalam diri seorang wirausaha yang menimbulkan kegiatan wirausaha yang menjamin kelangsungan dari kegiatan wirausaha dan yang memberi arah pada kegiatan wirausaha tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai. Motivasi berwirausaha dapat diartikan sebagai dorongan psikologis yang menginspirasi seseorang untuk berkonsentrasi dan mulai terlibat dalam dunia wirausaha dengan rasa gembira karena menyadari manfaat yang diperoleh dari hal tersebut (Rachmat et al., 2023). Menurut (Faelasofi, 2018) menyatakan bahwa motivasi berwirausaha adalah keseluruhan daya penggerak baik yang berasal dari dalam diri individu maupun dari luar individu yang menimbulkan dorongan untuk memulai bisnis sendiri yang akhirnya dapat menumbuhkan kerjasama antara orang lain dengan yang lainnya.

Ekspektasi Pendapatan

Kardiana & Melati (2019) Adhitama menjelaskan ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk memperoleh penghasilan lebih tinggi sehingga dengan ekspektasi pendapatan yang lebih tinggi maka akan semakin meningkatkan minat berwirusaha pada mahasiswa. Seorang wirausahawan yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap usaha bisnis yang dijalankan untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi mereka bagi kehidupan pribadi, dilakukan dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Dengan semakin tinggi wirausahawan untuk mencapai tujuan untuk usahanya maka akan dihadapkan dengan permasalahan yang ada di dunia bisnis (Hidayah & Fitriyah, 2023).

Peran Media Sosial

Peran media sosial dalam dunia kewirausahaan cukup penting, media sosial dapat digunakan untuk memahami pandangan atau umpan balik pelanggan terhadap produk maupun jasa. Media sosial digunakan untuk mendistribusikan informasi yang dapat dibuat oleh pemilik akun itu sendiri dan memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan teman virtual dan media untuk berbagi data, seperti audio atau video (Dey et al., 2020). Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil mengubah cara mereka berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk, dan layanan dan berinteraksi dengan pelanggan untuk membangun hubungan yang baik (Firman & Putra, 2020). Dalam hal berwirausaha, media sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan intensi dan kemampuan individu untuk memulai bisnis mereka sendiri.

Metode, Data, dan Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas PGRI Semarang Angkatan 2022-2023 sejumlah 4.481 mahasiswa. Peneliti menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi kesalahan 10%. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik pengunpulan data pada penelitian ini kuesioner data primer yang di isi oleh 100 responden secara online. Analisis data penelitian menggunakan software SPSS 25. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Uji Instrument (Uji Validitas, Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikoleniaritas, Uji Heteroskedastisitas), Analisis Regresi Berganda, Uji Hipotesis (Uji Parsial (T), Uji Simultan (F), Uji Koefisien Determinasi).

Hasil dan Pembahasan

Penyajian analisa data dalam penelitian ini didasarkan pada hasil pengolahan dan menggunakan software IBM SPSS Statistic 25.

1. Uji Validitas
   Berdasarkan hasil olah data uji Validitas, seluruh indikator yang ada di kuesioner R hitung > R tabel yaitu lebih dari 0,196 dan nilai signifikasinya lebih dari 0,05 (5%), untuk itu dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item penyataan kuesioner dinyatakan valid.
2. Uji Reliabilitas
   Berdasarkan hasil olah data diketahui bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Ekspektasi Pendapatan, Peran Media Sosial dan Minat Berwirausah menunjukkan suatu hasil yang reliabel. Hal ini dapat dilihat pada kolom Cronbach's Alpha dengan seluruh hasil item menunjukkan nilai lebih dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas
   Pada hasil penelitian uji normalitas dapat diketahui dengan menganalisis grafik histogram dan normal p-plot.

Berdasarkan hasil olah data bahwa grafik histogram membentuk lonceng dan tidak terjadi kemencengan pada salah satu sisi baik kanan maupun kiri, sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Dan berdasarkan hasil olah data grafik Normal P-plot dapat diketahui bahwa titik – titik atau data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas
   Berdasarkan tabel hasil oleh data diketahui bahwa hasil nilai tolerance dari variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Motivasi Berwirausaha, Ekspektasi Pendapatan dan Peran Media Sosial lebih dari 0,1 dan nilai VIF dari keempat variabel independen tersebut kurang dari 10. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.
3. Uji Heteroskedastisitas
   Berdasarkan tabel hasil olah data diketahui bahwa hasil pengujian tidak terdapat titi – titik yang membentuk pola tertentu, titik – titik pada scatterplot tersebar secara acak yang berada diatas maupun bawah angka 0 disumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian tidak terjadi heteroskedastisitas.
4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.960	2.278		.861	.392
	Pengetahuan Kewirausahaan	.132	.134	.101	.983	.328
	Motivasi Berwirausaha	.164	.109	.177	1.513	.134
	Ekspektasi Pendapatan	.301	.105	.295	2.865	.005
	Peran Media Sosial	.303	.106	.332	2.844	.005

Sumber : Hasil Olah Data,2024

Berdasarkan tabel di atas, diketahui hasil uji analisis regresi linier berganda dijabarkan dalam bentuk regresi linier berganda untuk empat variabel sebagai berikut :

$Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + \beta4X4$

$Y = 1.960 + 0.132X1 + 0.164X2 + 0.301X3 + 0.303X4$

Variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki koefisien 0.132, motivasi berwirasuaha memiliki koefisien 0.164, ekspektasi pendapatan memiliki koefisien 0.301, dan peran media sosial memiliki koefisien 0.303. Variabel peran media sosial memiliki kontribusi paling besar terhadap minat bewirausaha dengan koefisien 0.303.

5. Uji Parsial (t)

Tabel 2.

Hasil Uji Parsial

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.960	2.278		.861	.392		
	Pengetahuan Kewirausahaan	.132	.134	.101	.983	.328	.299	3.348
	Motivasi Berwirausaha	.164	.109	.177	1.513	.134	.231	4.330
	Ekspektasi Pendapatan	.301	.105	.295	2.865	.005	.299	3.345
	Peran Media Sosial	.303	.106	.332	2.844	.005	.233	4.299

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Dari tabel diatas diperoleh hasil sebagai berikut :

- Pengetahuan Kewirausahaa (X1)
  Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel pengetahuan kewirausahaan 0,983 < 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,395 > 0,05. Artinya H1 ditolak, karena memiliki nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang diharapkan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.
  H1: Pengetahuan Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa
- Motivasi Berwirausaha (X2)
  Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel motivasi berwirausaha adalah sebesar 1,513 < 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,135 > 0,05. Artinya H2 ditolak, karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang diharapkan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi berwirausaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.
  H2: Motivasi Berwirausaha tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa
- Ekspektasi Pendapatan (X3)
  Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel ekspektasi pendapatan adalah sebesar 2,865 > 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05. Artinya H3 diterima, karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.
  H3: Ekspektasi Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa
- Peran Media Sosial (X4)

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel peran media sosial adalah sebesar 2,844 > 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05. Artinya H4 diterima, karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel peran media sosial berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.
H4: Peran Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa

6. Uji Simultan (f)

Tabel 3.

Hasil Uji Simultan

ANOVA[a]					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2250.635	4	562.659	55.327	.000[b]
	Residual	966.115	95	10.170		
	Total	3216.750	99			

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa f hitung sebesar 55, 327 > f tabel yaitu 2,47. Dengan tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 < 0,05. Menunjukkan bahwa pengetahuan

kewirausahaan, motivasi berwirausaha, ekspektasi pendapatan dan peran media sosial secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

7. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 4.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836[a]	.700	.687	3.189

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan tabel di atas, diketahui Adjusted R Square sebesar 0.687 atau 68,7%. Menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, ekspektasi pendapatan dan peran media sosial memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Universitas PGRI Semarang. Dan sisanya 31,3% dipengaruhi oleh faktor lain dari variabel diluar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan dari pengujian menunjukkan nilai t hitung sebesar 0.893, artinya variabel pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha karena nilai signifikansi dalam tabel t lebih besar dari 0,05. Dari hasil t tabel dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa pasti memperoleh mata kuliah tentang kewirausahaan, dan pengetahuan kewirausahaan menjadi dasar seseorang untuk memulai berwirausaha. Namun, dalam kenyataannya, pengetahuan saja tidak akan terbukti tanpa adanya penerapan secara langsung. Dalam hal ini, seorang wirausahawan tentu membutuhkan pemahaman tentang kewirausahaan. Akan tetapi, memiliki pengetahuan kewirausahaan saja tidak menjamin bahwa seseorang mampu atau memiliki keinginan untuk memulai usaha. Hal ini bisa saja terjadi, karena adanya indikasi bahwa ilmu pengetahuan yang dimiliki tidak dapat diimplementasikan akibat adanya rasa khawatir akan resiko berwirausaha atau kurang keinginan untuk berwirausaha.

Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.135 lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis 2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi berwirausaha tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Tidak berpengaruhnya motivasi berwirausaha terhaap minat berwirausaha dikarenakan ada beberapa faktor yang memengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa dimana mereka kurang mempunyai kemauan untuk memulai berwirausaha, karena motivasi dalam berwirausaha tidak hanya berupa kemauan tetapi harus ada contoh nyata. Minimnya kreativitas dalam berwirausaha, kurangnya keyakinan akan kemampuan untuk meraih kesuksesan sebagai wirausahawan, kurangnya semangat dalam menjalankan usaha, serta ketiadaan keterampilan yang relevan untuk berwirausaha.

Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil nilai signifikansi sebesar 0.005 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis 3 diterima. Maka variabel ekspektasi pendapatan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Ekspektasi pendapatan merupakan harapan individu terhadap penghasilan yang mereka peroleh melalui usaha atau pekerjaan mereka. Seseorang yang memiliki ekspektasi tertentu akan usaha yang sedang dijalankannya akan membuat dirinya memiliki kemauan dan target untuk mencari cara mendapatkan keuntungan atau pendapatan sesuai yang diharapkan. Ketika seseorang mempunyai ekspektasi pendapatan yang melebihi pendapatannya saat menjadi karyawan, hal ini menjadi daya tarik untuk menjalankan bisnisnya.

Pengaruh Peran Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Hasil nilai signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis 4 diterima. Maka variabel peran media sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Kewirausahaan

menjadi alternatif yang baik bagi para mahasiswa untuk mengembangkan potensi mereka dan mengatasi tantangan ekonomi mendatang. Media sosial memiliki peran signifikan dalam menyajikan informasi dan kisah – kisah sukses para wirausahawan mengenai langkah-langkah memulai usaha, membangun jejaringan yang mendukung, serta memotivasi individu untuk menggali ide-ide kreatif di berbagai bidang, termasuk peluang pengembangan bisnis. Dengan kemudahan akses terhadap informasi seputar kewirausahaan dan inspirasi dari pengusaha sukses yang aktif di media sosial, para mahasiswa dapat lebih mudah merumuskan ide bisnis dan mengambil langkah praktis untuk memulai usaha. Selain itu, keterlibatan aktif dalam komunitas kewirausahaan online memungkinkan mereka menjalin relasi dan memperoleh dukungan dari sesama pebisnis muda serta mentor (Aini et al., 2023).

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil pembahasan mengenai pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Ekspektasi Pendapatan, dan Peran Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa Universitas PGRI Semarang angkatan 2022–2023, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal. Pertama, Pengetahuan Kewirausahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha secara parsial, dengan nilai t hitung sebesar 0,983 dan nilai signifikansi 0,395. Demikian pula, Motivasi Berwirausaha juga tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha secara parsial, dengan nilai t hitung sebesar 1,513 dan nilai signifikansi 0,135. Kedua, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha secara parsial, dengan nilai t hitung sebesar 2,865 dan nilai signifikansi 0,005. Ketiga, Peran Media Sosial juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha secara parsial, dengan nilai t hitung sebesar 2,844 dan nilai signifikansi 0,005. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, baik bagi sesama peneliti maupun bagi kalangan akademisi lainnya. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat dikembangkan lebih lanjut terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha. Peneliti berikutnya juga disarankan untuk menambahkan atau menggunakan variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, sehingga cakupan penelitian dapat lebih luas dan komprehensif.

Referensi

Afria, J., & Suharsono, N. (2023). Penggunaan Media Sosial Pada Minat Berwirausaha Melalui Kreativitas Anak Muda Kota Amuntai. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, *4*(1), 1–16. https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.4904

Aisyah, S., Rahmani, N. A. B., & Hasibuan, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim. *Journal on Education*, *5*(4), 11740–11757. https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131

Alkalah, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Peningkatan Kesadaran Kewirausahaan Di Kalangan Generasi Z Kabupaten Rokan Hulu. 19(5), 1–23.

Amruloh, D. A. G. (2016). Kontruksi Hubungan Orientasi Wirausaha Dengan Kinerja Usaha (Studi Kasus Pada Umkm Keramik Plered Purwakarta). *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *3*(1), 23–29. https://doi.org/10.34308/eqien.v3i1.41

Andayanti, W., & Harie, S. (2020). Entrepreneurial Motivation Impact toward Entrepreneurship Interest of College Student. Intelektium, 1(2), 107–114. https://journal.neolectura.com/index.php/intelektium/article/view/187

Anggraeni, E., Khasan, S., Jurusan, P., Ekonomi, F., Ekonomi, U. N., & Semarang, I. (2018). Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Economic Education Analysis Journal, 7(1), 172–179. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj

Aprilia Ratih. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan, Dan Motivasi Terhadap

Minat Berwirausaha.

Dhitara, P. Y. A., & Ardiansyah, E. H. (2022). Pengaruh Use of Sosmed dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Variabel Intervening Efikasi Diri. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, *8*(1), 1–12. https://doi.org/10.29303/jseh.v8i1.26

Dorong Pengembangan Kewirausahaan Nasional untuk Menopang Indonesia Menjadi Negara Maju. (n.d.). https://mpr.go.id/berita/Dorong-Pengembangan-Kewirausahaan-Nasional-untuk-Menopang-Indonesia-Menjadi-Negara-Maju

Faelasofi, R. (2018). Motivasi Dan Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Manajemen 01*, *09*(02), 13–23.

Fathiyannida, Syafiya, & Erawati, Teguh., (2021). *The Effect of Entrepreneurial Education, Enterprise Motivation, Family Environment and Income Expectation on Accounting Students. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 47(4), 124–134. https://doi.org/10.31857/s013116462104007x

Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *02*(03), 291–314. https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e318240fa84

Hidayah, N. L., & Fitriyah, H. (2023). Pengaruh E-Commerce, Modal Usaha, Ekspektasi Pendapatan, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha dengan Self-Efficacy Sebagai Variabel Moderasi. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, *19*(2), 153. https://doi.org/10.30742/equilibrium.v19i2.2840

Indriasari, I., Violinda, Q., & Prabowo, H. (2018). Analisis Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Dan Dukungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Semarang. http://eprints.upgris.ac.id/521/1/Ika%20Indriasari.pdf

Nasution, A. I., & Mu'minin, A. M. (2023). Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Ekspetasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Muda di Sektor Agrowisata. *Journal of Applied Islamic …*, *4*(1), 1–9. https://jurnal.polban.ac.id/ojs

Ningtyas, M. S., & Ernajati, J. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Dukungan Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester Vi Dan Semester Viii Di Universitas Binneka Pgri Tulungagung Tahun Akademik 2021/2022. Jurnal Economina, 2(2), 413–422. https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.312

Nissa Putri Al. (2022). *Pengaruh Lokasi Usaha dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha. 2013*.

SINAGA, K. M. M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam, VIII(I), 1–19.

Slamet, G., & Fitrianto, Y. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta. Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, 14(2), 14.

Suryadi, E., & Samuel, S. (2022). Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Management. Journal of Accounting and Management …, 6(1), 59. https://122.200.2.179/index.php/JAMI/article/view/528%0Ahttps://122.200.2.179/index.php/JAMI/article/viewFile/528/298

Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Journal of Business Administration (JBA), 2(1), 1. https://doi.org/10.31963/jba.v2i1.3432

Wardani, K. T., Surindra, B., & Wahyu Prastyaningtyas, E. (2021). Pengaruh Motivasi, Lingkungan

Keluarga, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha. Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi, 2, 692–698.

Widianingsih, A. T. (2021). Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Ekspektasi Pendapatan Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha. Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik, 8(1), 67–78. https://doi.org/10.37606/publik.v8i1.164

Yuritanto, & Armansyah. (2021). Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE Pembangunan Tanjungpinang. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(12), 2669–2676.