

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia perkembangan teknologi memang begitu cepat dari waktu ke waktu, selalu menyelusuri berbagai macam perkembangan teknologi hingga menginjak pada masa bahwa pengguna media sosial menjadi keperluan sehari-hari hampir diseluruh aktivitas. Dengan adanya mata kuliah Pendidikan kewirausahaan serta memanfaatkan media sosial dengan bijak. Seorang mahasiswa dapat melatih dirinya untuk bisa percaya diri dalam jualan berbasis online shop, yang mana dapat dipromosikan melalui Instagram, Facebook, Whatsap dan media sosial lainnya. Media sosial dapat memudahkan pengguna yang memiliki bisnis online untuk memanfaatkannya dalam melakukan promosi bisnis karena media sosial tersebut banyak diakses oleh masyarakat umum, sehingga mahasiswa akan lebih kreatif dalam berwirausaha dan dapat menambah uang saku. Pesatnya pertumbuhan media sosial sekarang, dikarenakan semua orang dapat memiliki media sendiri dan menghasilkan dampak positif dengan munculnya peluang bisnis. Media sosial dapat digunakan sebagai media promosi, media berjualan, media mencari konsumen dan lain-lain. Dengan media sosial biaya sewa tempat ataupun lokasi dan batasan jarak maupun bentuk toko tidak menjadi masalah dalam membebaskan bisnis. Hal tersebut membuat pemilihan media sosial sebagai tempat berjualan menjadi salah satu solusi berbisnis yang mana sebagai sasaran bisnis sangat besar. Kemajuan dan perkembangan sangat ditentukan oleh kualitas pendidikannya. Didalam suatu pendidikan yang berkualitas nantinya akan menghasilkan lulusan yang memiliki kompeten dan berkualitas, karena semakin

maju suatu Negara maka akan lebih meningkat orang yang terdidik dan semakin banyak pula orang yang lulus dan hal ini dapat mengakibatkan akan meningkatnya masalah jumlah pengangguran. Peningkatan jumlah penduduk juga yang semakin tahun semakin meningkat dan tidak sebanding juga jumlah tenaga kerja yang ditawarkan serta sempitnya lapangan kerja.

Diera globalisasi ini manusia senantiasa membekali dirinya dengan ilmu pengetahuan dan keterampilan karena pendidikan yang akan membantu manusia dalam menghadapi masa- masa yang semakin canggih. Pengetahuan dan keterampilan seharusnya berjalan seimbang. Tetapi pada saat ini, banyak terdapat pengetahuan yang tidak sinkron dengan keterampilan yang dimiliki, banyak terdapat mahasiswa memiliki nilai matakuliah kewirasauhaan yang tinggi tetapi keterampilan dalam membuka usaha itu kurang. Keterampilan yang kurang umumnya dipengaruhi kurang minat dari diri mahasiswa karena pada dasarnya mahasiswa tidak ada minat dari diri sendiri untuk berwirausaha hanya sebatas mengejar nilai. Menurut Suryana (2014:4) seseorang wirausaha tidak akan berhasil apabila memiliki pengetahuan, tetapi tidak memiliki kemauan dan kemampuan tidak akan membuat seseorang sukses dalam berwirausaha.

Jika kita lihat berdasarkan fenomena ini menunjukkan bahwa pentingnya wirausaha didalam suatu negara, semakin banyak jumlah wirausaha maka besar peluang untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai keahlian dan kompetensi hal ini dapat mengurangi jumlah pengangguran. Pengangguran akan lebih berkurang jika ditunjang dengan para wirausaha karena dapat membuka lapangan pekerjaan. Solusi yang tepat dalam mengatasi permasalahan ini adalah dengan menciptakan lapangan pekerjaan dengan cara meningkatkan minat berwirausaha. Untuk

meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kreativitas, kreativitas dapat dikembangkan terutama bagi seseorang yang memiliki minat wirausahanya yang tinggi dan yang memiliki kemampuan inovatif banyak ide, tanggap pada hal hal baru, semangat ingin tahu tinggi, dan mempunyai kemauan keras dalam meningkatkan kemampuannya. Hal ini didukung oleh pendapat Hendro (2011:61–63) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mendorong minat berwirausaha adalah kreativitas. Minat berperan penting dalam kehidupan mahasiswa dan mempunyai dampak yang besar terhadap sikap dan perilaku. Mahasiswa yang memiliki minat terhadap sesuatu cenderung mempunyai keterikatan dengan minat tanpa adanya paksaan. Seseorang dikatakan memiliki minat berwirausaha yang tinggi dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti watak, sikap dan perilaku seseorang

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Rendahnya minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Kurangnya penggunaan media sosial pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan
3. Rendahnya nilai mata kuliah kewirausahaan yang diperoleh Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan
4. Adanya faktor Intrinsik dan Ekstrinsik terhadap minat Berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan

1.3 Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi ruang lingkup dan fokus masalah yang diteliti, pembatasan masalah ini untuk menjelaskan maksud dan tujuan dalam penelitian sehingga tidak meluas. Oleh karena itu, peneliti membatasi masalah pada “ Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan”.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh media sosial terhadap minat wirausaha mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan
2. Apakah terdapat pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap minat wirausaha mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan
3. Apakah terdapat pengaruh media sosial dan Pendidikan Kewirausahaan secara simultan terhadap minat wirausaha mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang sudah di sebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh positif signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan

2. Untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh positif signifikan antara pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan
3. Untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh positif signifikan antara penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini yaitu mengembangkan ilmu pengetahuan atau manfaat secara teoritis dan membantu mengatasi memecahkan dan mencegah masalah yang ada pada objek yang diteliti atau manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan atau kajian pustaka mengenai pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis Menjadi sarana untuk melakukan dan menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di perkuliahan kepada seluruh mahasiswa utamanya mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan
- b. Bagi Institusi Penelitian ini diharapkan bermanfaat kepada lembaga atau intitusi pendidikan mengenai pengaruh pembelajaran

kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

- c. Bagi Pembaca Dengan adanya penelitian ini diharapkan menambah wawasan pembaca mengenai pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa, sehingga dengan adanya penelitian ini pembaca dapat menjadikan referensi untuk bisa diterapkan

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Hakekat Penggunaan Media Sosial

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, penggunaan memiliki arti proses, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian.

1. Menurut Ardianto (2009) dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Massa”, tingkat penggunaan media dapat dilihat dari frekuensi dan durasi dari penggunaan media tersebut.
2. Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee (1977: 321) penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu:
 - a. Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs.
 - b. Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
 - c. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial.

Media sosial sendiri didefinisikan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Contohnya : *Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp* dan lain sebagainya . Dengan hal itu dapat dijadikan sebuah preferensi bagi pemerintah agar menyusun kebijakan yang bisa mendukung kemajuan bisnis. Sehingga mahasiswa maupun pelaku usaha mulai tertarik dan berminat memanfaatkan teknologi dalam bisnisnya.

Media sosial memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi bisa dimanfaatkan melihat seorang pengusaha sukses yang bisa menjadi panutan untuk berwirausaha. Media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh.

Media sosial sendiri pada dasarnya adalah bagian dari pengembangan internet. Kehadiran beberapa dekade lalu telah membuat media sosial dapat berkembang dan bertumbuh secara luas dan cepat seperti sekarang. Hal inilah yang menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau konten kapan pun dan di mana pun. Media sosial memang dijadikan sebagai sarana untuk berinteraksi antar penggunanya untuk mempermudah mendapatkan informasi dengan cepat dan lengkap. Dalam perkembangannya media sosial tampil sebagai media baru yang banyak diminati, sehingga menjadi sarana yang dibutuhkan oleh orang banyak dan tidak asing lagi dalam masyarakat. Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memang memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi sarana untuk penggunanya dalam menggali berbagai informasi.

Definisi media sosial tidak serta merta merupakan gagasan yang tidak berdasar yang dikemukakan oleh para ahli tersebut. Media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang harus didesain sedemikian rupa agar

media sosial tetap pada fungsi dan tujuan media sosial itu sendiri dan memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010:124) mendefinisikan “Media Sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual”. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh komunikasi menjadi dialog interaktif. Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to cooperate) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional meupun organisasi. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Beberapa pengertian diatas tentang penggunaan media sosial maka dapat disimpulkan penggunaan media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui smartphone (telepon genggam).

2.1.2 Indikator Penggunaan Media Sosial

1) Participation (partisipasi)

Dalam buku “The Social Media Bible” disebutkan ada empat pilar yang mendukung strategi media sosial tersebut. Keempatnya adalah komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan entertainment.

Partisipasi berasal dari bahasa Inggris yaitu “*participation*” adalah pengambilan bagian atau pengikutsertaan. Menurut Keith Davis, partisipasi adalah suatu keterlibatan mental dan emosi seseorang kepada pencapaian tujuan dan ikut bertanggung jawab di dalamnya. Dalam defenisi tersebut kunci pemikirannya adalah keterlibatan mental dan emosi. Sebenarnya partisipasi adalah suatu gejala demokrasi dimana orang diikutsertakan dalam suatu perencanaan serta dalam pelaksanaan dan ikut juga memikul tanggung jawab dengan tingkat kematangan dan tingkat kewajibannya. Partisipasi itu menjadi baik dalam bidang-bidang fisik maupun bidang mental serta penentuan kebijaksanaan.

Menurut Yulianita dan Leksono Dalam Buku “The Social Media Bible” “Partisipasi merupakan keikutsertaan seseorang dalam menanggapi atau merespon sesuatu hal di media sosial upaya mendorong kontribusi dan umpan balik followers yang tertarik dengan pesan yang dibagi melalui akun media social”.Partisipasi juga mendorong karena menuntut adanya partisipasi aktif atau berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media dan audience. Pengguna internet sudah nyaman karena bagi pengguna internet tidak lagi melewati warnet, namun sekarang dengan perkembangan teknologi yang canggih mengakses internet banyak yang melalui media handphone, smartphone,

android, tablet, serta aplikasi-aplikasi yang ada dalam handphone sangat mendukung untuk memudahkan mengakses internet budaya populer .

Menurut Made Pidarta dalam Siti Irene Astuti D. (2009: 31-32), partisipasi adalah “pelibatan seseorang atau beberapa orang dalam suatu kegiatan. Keterlibatan dapat berupa keterlibatan mental dan emosi serta fisik dalam menggunakan segala kemampuan yang dimilikinya (berinisiatif) dalam segala kegiatan yang dilaksanakan serta mendukung pencapaian tujuan dan tanggungjawab atas segala keterlibatan”. Partisipasi merupakan keterlibatan mental dan emosi dari seseorang di dalam situasi kelompok yang mendorong mereka untuk menyokong kepada pencapaian tujuan kelompok tersebut dan ikut bertanggungjawab terhadap kelompoknya.

Pendapat lain menjelaskan bahwa partisipasi merupakan penyertaan pikiran dan emosi dari pekerjapekerja kedalam situasi kelompok yang bersangkutan dan ikut bertanggungjawab atas kelompok itu. Partisipasi juga memiliki pengertian “a valuntary process by which people including disadvantaged (income, gender, ethnicity, education) influence or control the affect them” (Deepa Naryan, 1995), artinya suatu proses yang wajar di mana masyarakat termasuk yang kurang beruntung (penghasilan, gender, suku, pendidikan) mempengaruhi atau mengendalikan pengambilan keputusan yang langsung menyangkut hidup mereka. Partisipasi menurut Huneryear dan Heoman dalam Siti Irene Astuti D. (2009: 32) adalah “sebagai keterlibatan mental dan emosional dalam situasi kelompok yang mendorongnya memberi sumbangan terhadap tujuan kelompok serta membagi tanggungjawab bersama mereka”.

Pengertian sederhana tentang partisipasi dikemukakan oleh Fasli Djalal dan Dedi Supriadi (2001:201-202), di mana partisipasi dapat juga berarti bahwa pembuat keputusan menyarankan kelompok atau masyarakat ikut terlibat dalam bentuk penyampaian saran dan pendapat, barang, keterampilan, bahan dan jasa. Partisipasi dapat juga berarti bahwa kelompok mengenal masalah mereka sendiri, mengkaji pilihan mereka, membuat keputusan, dan memecahkan masalahnya. H.A.R Tilaar (2009: 287) mengungkapkan “partisipasi adalah sebagai wujud dari keinginan untuk mengembangkan demokrasi melalui proses desentralisasi dimana diupayakan antara lain perlunya perencanaan dari bawah (bottom-up) dengan mengikutsertakan masyarakat dalam proses perencanaan dan pembangunan masyarakatnya”. Partisipasi masyarakat menurut Isbandi (2007: 27) adalah keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah dan potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah, dan keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi.

Mikkelsen (1999: 64) membagi partisipasi menjadi 6 (enam) pengertian, yaitu:

1. Partisipasi adalah kontribusi sukarela dari masyarakat kepada proyek tanpa ikut serta dalam pengambilan keputusan.
2. Partisipasi adalah “pemekaan” (membuat peka) pihak masyarakat untuk meningkatkan kemauan menerima dan kemampuan untuk menanggapi proyek-proyek pembangunan;
3. Partisipasi adalah keterlibatan sukarela oleh masyarakat dalam perubahan yang ditentukannya sendiri;
4. Partisipasi adalah suatu proses yang aktif, yang mengandung arti bahwa orang atau kelompok yang terkait, mengambil inisiatif dan menggunakan kebebasannya untuk melakukan hal itu;
5. Partisipasi adalah pemantapan dialog antara masyarakat setempat dengan para staf yang melakukan persiapan, pelaksanaan, monitoring proyek, agar supaya memperoleh informasi mengenai konteks lokal, dan dampak-dampak sosial;

6. Partisipasi adalah keterlibatan seseorang dalam suatu kegiatan dengan menggunakan bahasa yang sopan, dan tidak di gunakan untuk membuli satu sama lain .

Jadi dari beberapa pengertian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa partisipasi adalah suatu keterlibatan mental dan emosi serta fisik peserta dalam memberikan respon terhadap kegiatan yang dilaksanakan dalam proses belajar mengajar serta mendukung pencapaian tujuan dan bertanggung jawab atas keterlibatannya.

2) Openness (keterbukaan)

Mayfield dalam Hamzah (2015:15) mengemukakan “Keterbukaan yakni membagikan segala jenis informasi yang diketahui di media social ,hampir semua pelayanan sosial media terbuka untuk umpan balik (feed back) dan partisipasi,membuat orang untuk bisa melakukan yang dipilihnya, berkomentar, dan menyebarkan informasi”. Kebanyakan dari media sosial yang terbuka bagi umpan balik dan juga partisipasi melalui sarana-sarana voting, berbagai, dan juga komentar. Terkadang batasan untuk mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan (perlindungan password terhadap isi cenderung dianggap aneh). Keterbukaan menghubungkan media sosial satu ke pengguna media yang lainnya kapan saja dan dimana saja yang awalnya hanya kenal di dunia maya kini dekat di dunia nyata. Uses And Gratification Theory menyebutkan bahwa seseorang berdasarkan ketertarikan masing masing akan memilih media mana yang akan dikonsumsinya dan mendapatkan timbal balik berupa pemenuhan kebutuhan yang diinginkannya.Kebanyakan dari media sosial yang terbuka bagi umpan balik dan juga partisipasi melalui sarana-sarana voting, berbagi dan juga komentar. Terkadang batasan untuk mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan serta

mendorong untuk melakukan pilihan, memberikan komentar dan sharing informasi.

Siswadi, Gun Gun, (2017) "Keterbukaan informasi merupakan salah satu syarat bagi terwujudnya *good governance*, Pengelolaan informasi publik yang baik merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan masyarakat informasi. Kebebasan masyarakat untuk mengakses beragam informasi publik yang dihasilkan oleh badan publik pun diatur dalam perundang-undangan. Namun demikian, kebebasan tersebut juga perlu dicermati agar tidak menjadi pemicu ketegangan sosial maupun ketidakstabilan nasional. Hal ini dianggap perlu karena tidak sedikit informasi yang beredar di masyarakat, diragukan validitasnya, terutama di jejaring sosial. Masyarakat yang bijak akan memahami bahwa batasan dalam keterbukaan informasi menjadi media kontrol dalam tata penyelenggaraan negara. Dengan demikian, diharapkan badan publik dapat lebih baik dalam melayani segala kebutuhan masyarakat dengan adil, proporsional dan bertanggung jawab. Keterbukaan adalah hal-hal yang menghubungkan media sosial satu ke pengguna media yang lainnya kapan saja dan dimana saja yang awalnya hanya kenal di dunia maya kini dekat di dunia nyata.

Toeri Uses And Gratifications, teori ini pada awalnya dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (dalam Littlejohn, Foss, dan Outzel, (2017:174) menyebutkan bahwa seseorang berdasarkan ketertarikan masing masing akan memilih media mana yang akan dikonsumsi dan mendapatkan timbal balik berupa pemenuhan kebutuhan yang diinginkannya. Keterbukaan, informasi sekarang semua masyarakat bisa mengakses informasi dari mana saja dengan cepat. Batasan atau strata yang dulu muncul bisa dihapus dan dapat menjangkau

khalayak secara lebih personal dan komunikatif.. Rakyat biasa bisa berteman dengan pejabat setingkat presiden.

Mereka bisa menyalurkan pikirannya kepada individu atau organisasi tanpa ada sekat lagi dan lebih cepat. Kehadiran medsos menjadikan tatanan sosial semakin dinamis. Berkembangnya sarana informasi, membuat pemerintah juga menggunakan sosial media sebagai sarana penyampai informasi di Era Digital ini. Situs Instagram, Facebook dan Twitter menjadi sarana alternatif untuk menyampaikan informasi publik. Contohnya Pemblokiran aplikasi TIK TOK oleh Menkominfo, Informasi tersebut cepat tersebar luas dikalangan masyarakat salah satunya karena peran media sosial baik Instagram ataupun Facebook. Media sosial menjadi alternatif penyampai informasi karena banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan sosial media, sehingga informasi didapat dengan mudah dan cepat. Secara umum, era digital adalah suatu kondisi kehidupan atau zaman dimana semua kegiatan yang mendukung kehidupan sudah dipermudah dengan adanya teknologi. Bisa juga dikatakan bahwa era digital hadir untuk menggantikan beberapa teknologi masa lalu agar jadi lebih praktis dan modern.

3) Conversation (percakapan)

Percakapan adalah kegiatan biasa, bersifat informal dan merupakan bentuk interaksi anatar individu yang dilakukan setiap hari, tetapi dalam teori komunikasi percakapan adalah topik penting yang banyak dipelajari para ahli komunikasi. Percakapan dapat didefinisikan sebagai an interaction sequence with a defined beginning and end, turn taking, and some sort of purpose or a set of goals (suatu urutan interaksi dengan awal dan akhir yang jelas, saling bergantian dan memiliki semacam arah atau seperangkat tujuan). Menurut Littlejohn dan Foss, percakapan

dikontrol oleh sejumlah aturan, memiliki struktur dan menunjukkan adanya kesatuan (coherence) serta memiliki makna. Percakapan adalah aspek penting dalam interaksi manusia.

Dalam suatu interaksi antar individu dengan orang lain, apakah orang lain akan menerima atau menolak, bagaimana mereka ingin orang lain mengetahui tentang mereka akan ditentukan oleh bagaimana individu dalam mengungkapkan dirinya. Dalam konteks komunikasi, percakapan merupakan salah satu kegiatan bahasa yang melibatkan partisipan. Dalam percakapan, proses komunikasi terjadi apabila ada dua partisipan, yaitu pembicara dan pendengar. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa di dalam percakapan terjadi pertukaran informasi antara pembicara dan pendengar. Percakapan bukan hanya sekedar pertukaran informasi. Oleh sebab itu, jika seseorang mengambil bagian di dalam percakapan, maka mereka masuk ke dalam proses percakapan tersebut sehingga cara dan tujuan mengenai isi percakapan serta bagaimana informasi disampaikan berpengaruh dalam penginterpretasian percakapan.

Dalam suatu percakapan, agar informasi bisa diterima, biasanya pembicara menyampaikan informasi itu secara langsung dengan menggunakan bahasa yang tepat. Selain untuk menyampaikan informasi, percakapan kadangkala dilakukan untuk menyindir, memuji, mengkritik, bahkan memancing emosi lawan tutur. Namun, tanpa disadari penyampaian informasi dengan tujuan seperti itu menjadikan informasi tersebut menarik. Dalam sebuah percakapan, pemahaman pada makna tersirat suatu ujaran mengenai implikatur sangat diperlukan. Makna yang tersirat dalam suatu percakapan disebut juga implikatur percakapan. Dengan kata lain, implikatur percakapan adalah proposisi atau pernyataan implikatif, yaitu

apa yang mungkin diartikan, disiratkan atau dimaksudkan penutur berbeda dengan sebenarnya dikatakan oleh penutur dalam suatu percakapan (Grice dalam Gunarwan, 2007:247).

Taprial dan Priya Kanwar (2012) mengemukakan “Percakapan yakni interaksi aktif antara yang satu dengan yang lain atau komunikasi melalui pesan singkat atau komentar di media social”. Percakapan adalah hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih, dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya memainkan peran secara aktif. Dalam interaksi juga lebih dari sekedar terjadi hubungan antara pihak-pihak yang terlibat melainkan terjadi saling mempengaruhi. Media interaktif memiliki unsur audio-visual (termasuk animasi) dan disebut interaktif karena media ini dirancang dengan melibatkan respon pemakai secara aktif. Selain itu menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) media interaktif adalah alat perantara atau penghubung berkaitan dengan komputer yang bersifat saling melakukan aksi antar-hubungan dan saling aktif .

Hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih, dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya berinteraksi dengan baik memainkan peran secara aktif. Dalam interaksi juga lebih dari sekedar terjadi hubungan antara pihak-pihak yang terlibat melainkan terjadi saling mempengaruhi. Media interaktif memiliki unsur audio-visual (termasuk animasi) dan disebut interaktif karena media ini dirancang dengan melibatkan respon pemakai secara aktif. Interaksi hubungan antara dua orang atau lebih yang dimana dapat saling mempengaruhi. Selain itu, kemungkinan dengan terjadinya perbincangan ataupun pengguna secara dua arah. karena terjadi komunikasi dua arah yang terhubung secara langsung. Media social memberikan peluang untuk terjadinya komunikasi

dua arah antara pengguna dengan pengelola media social dan pada akhirnya akan terjadi komunikasi dua arah. Interaksi hubungan antara dua orang atau lebih yang dimana dapat saling mempengaruhi. Adanya hubungan timbal balik dalam memperngaruhi tiap individu atau sesama pengguna pada saat terjadinya komunikasi dapat membentuk suatu pengetahuan maupun pengalaman baru yang dirasakan oleh masing – masing individu atau pengguna.

Percakapan dapat dilakukan oleh semua kalangan menjadi efek tersendiri bahwa informasi bisa positif atau negative karena perbicangan disana sudah global dan informasi yang didapat juga sangat cepat dengan perangkat smartphone yang mayoritas semua orang memilikinya. Informasi yang di dapat perlu di sikapi agar tidak saling mempengaruhi dan memastikan informasi yang di dapat harus jelas sumber beritanya. Teori kepuasan dan kegunaan pada penggunaan media untuk mencapai suatu tujuan. Khalayak menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhankebutuhan dengan sifatnya yang spesifik. Kebutuhan ini berkembang dengan lingkungan sosial. Percakapan merupakan bentuk komunikasi verbal baik antara dua orang atau lebih. Dalam komunikasi, pesan menjadi bagian yang sangat penting dan menjadi tujuan yang ingin disampaikan. Bentuk percakapan dapat dilakukan secara formal maupun informal. Percakapan merupakan aktivitas dasar dari beragam prilaku komunikasi; wawancara, dialog, perkuliahan, presentasi, atau di pengadilan. Percakapan dapat berlangsung dalam bentuk penyampaian informasi atau persuasi .

Percakapan yang dilakukan untuk memberikan informasi baru yang belum diketahui, atau melengkapi informasi yang sudah ada, dengan prinsip: Batasi jumlah informasi, Tekanan manfaat, Kaitkan informasi yang baru dengan yang

lama, Sajikan informasi melalui beberapa alat indera, Variasikan tingkat abstraksi. Percakapan adalah komunikasi interaktif antara dua orang atau lebih. Pengembangan keterampilan percakapan dan etiket merupakan bagian penting dari sosialisasi. Pengembangan keterampilan percakapan dalam bahasa baru sering menjadi fokus pengajaran dan pembelajaran bahasa. Analisis percakapan adalah cabang sosiologi yang mempelajari struktur dan organisasi interaksi manusia, dengan fokus yang lebih spesifik pada interaksi percakapan.

4) Community (komunitas)

Wikipedia Bahasa Indonesia menjelaskan pengertian komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagai lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Berkaitan dengan kehidupan sosial, ada banyak definisi yang menjelaskan tentang arti komunitas. Tetapi setidaknya definisi komunitas dapat didekati melalui; pertama, terbentuk dari sekelompok orang; kedua, saling berinteraksi secara sosial diantara anggota kelompok itu; ketiga, berdasarkan adanya kesamaan kebutuhan atau tujuan dalam diri mereka atau diantara anggota kelompok yang lain; keempat, adanya wilayah- wilayah individu yang terbuka untuk anggota kelompok yang lain, misalnya waktu.

Menurut Mac Iver (Mansyur, cholil1987:69) komunitas diistilahkan “sebagai persekutuan hidup atau paguyuban dan dimaknai sebagai suatu daerah masyarakat yang ditandai dengan beberapa tingkatan pertalian kelompok sosial satu sama lain”. Sebuah komunitas sosial juga bisa menggunakan media sosial

sebagai sarana dalam membangun interaksi antar komunitas. Terbentuknya sebuah komunitas yang terkadang berbeda latar belakang pendidikan pekerjaan dan tempat tinggal menjadikan media sosial sebagai tempat yang tepat untuk membangun komunikasi dan bertukar pikiran sesama anggota. Contoh komunitas yang bisa Anda pilih antara lain, komunitas Facebook, komunitas Instagram, komunitas Twitter, Komunitas YouTube, komunitas TikTok, dan lainnya. Daryanto (2010) mengemukakan “Media sosial dapat membentuk komunitas, atau komunitas social satu arah atau pun group dengan cepat sesuai dengan keinginan perusahaan Media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan”.

Memungkinkan terbentuk suatu komunitas dengan cepat yang didasari atas kesamaan minat dan kesukaan. Komunitas merupakan sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Ada juga yang menyebutkan bahwa arti komunitas adalah suatu kelompok di dalam masyarakat, dimana para anggotanya memiliki kesamaan kriteria sosial sebagai ciri khas. Misalnya kesamaan minat, kesamaan profesi, kesamaan agama, kesamaan tempat tinggal, dan lain-lain. Suatu komunitas terbentuk karena adanya keinginan dari para anggotanya untuk mencapai tujuan tertentu yang telah disepakati bersama. Selain itu, komunitas juga bertujuan untuk saling memberikan bantuan sesama anggotanya sehingga dapat berkembang bersama-sama. Suatu komunitas terbentuk karena adanya keinginan dari para anggotanya untuk mencapai tujuan

tertentu yang telah disepakati bersama. Selain itu, komunitas juga bertujuan untuk saling memberikan bantuan sesama anggotanya sehingga dapat berkembang bersama-sama.

Menurut Kertajaya Hermawan (2008), komunitas adalah “sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values”. Definisi komunitas Menurut Mc Millan dan Chavis (1986) adalah individu atau orang – orang yang mempunyai kesamaan karakteristik seperti kesamaan geografi, kultur, ras, agama, atau keadaan sosial ekonomi yang setara. Komunitas dapat didefinisikan dari lokasi, ras, etnik, pekerjaan, ketertarikan pada suatu masalah – masalah atau hal lain yang mempunyai kesamaan. Komunitas merupakan suatu kelompok yang di dalamnya setiap anggota disatukan oleh persamaan visi dan misi serta tujuan. “

Dalam ruang lingkup komunikasi, komunitas masuk ke dalam konteks komunikasi organisasi dimana individu yang bersama-sama, melalui suatu hirarki pangkat dan pembagian kerja berusaha mencapai tujuan tertentu” (Rogers dalam Moss dan Tubs, 2005:164). Tujuan yang hendak dicapai merupakan alasan yang melatarbelakangi terbentuknya komunitas. Hal tersebut dapat kita lihat pada komunitas-komunitas yang ada di sekitar yang terbentuk berdasarkan kesamaan yang mereka miliki, mulai dari kesamaan hobby sehingga terbentuk komunitas gank motor, komunitas Hijabers, dan komunitas-komunitas lain. Manusia melakukan berbagai interaksi dengan makhluk hidup lainnya dengan cara berkumpul. Perkumpulan manusia yang melakukan aktivitas dengan tujuan yang sama disebut berkelompok. Menurut Wenger, komunitas adalah kelompok sosial

yang mempunyai habitat lingkungan dan ketertarikan yang sama dalam ruang lingkup kepercayaan ataupun ruang lingkup yang lainnya. Komunitas berasal dari bahasa Latin “communitas” yang terdiri dari kata “communis” artinya masyarakat, publik, milik bersama atau banyak orang. Di zaman yang serba canggih, komunitas tidak hanya dilakukan melalui pertemuan nyata. Teknologi yang canggih mempermudah suatu kelompok untuk bertukar informasi hanya melalui media online atau virtual seperti kebanyakan aplikasi handphone yang memberikan layanan berupa chat rooms.

Hal ini memberikan kemudahan untuk suatu kelompok saat memberikan informasi dan opini perihal suatu masalah tertentu. Komunitas dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu komunitas online dan komunitas offline. Komunitas online merupakan komunitas yang aktivitasnya tidak terbatas karena menggunakan media online sebagai sarannya. Komunitas online lebih banyak memberikan informasi ke publik baik dalam negeri maupun luar negeri. Komunitas offline adalah komunitas yang proses sosialisasinya tidak menggunakan media online sebagai sarana penyaluran informasi, melainkan menggunakan tatap muka sebagai sarana untuk menyebarkan informasinya. Komunitas online atau e-community biasanya digunakan untuk keperluan pendidikan, pekerjaan, sosial, atau tujuan lainnya. Perkumpulan dalam komunitas memiliki kegiatan yang salah satunya memberikan ruang diskusi dengan para ahli. Tujuannya untuk memberikan ilmu-ilmu baru dan berbagi pengalaman. Terkadang tanpa disadari, setiap komunitas memiliki para ahli yang sebenarnya adalah seorang yang memiliki ilmu dan pengalaman lebih banyak mengenai komunitas tersebut.

Komunitas menjadi wadah masyarakat untuk bertukar informasi secara cepat dan menjalin silaturahmi. Hal ini dapat menguntungkan anggota komunitas karena komunitas memberikan manfaat untuk memperluas jaringan atau koneksi pertemanan. Semakin banyak jaringan maka semakin memudahkan seseorang untuk mendapatkan teman baru dan pengetahuan baru. Masyarakat memanfaatkan komunitas sebagai sarana untuk berbagi pengalaman. Komunitas yang merupakan perkumpulan dari berbagai kalangan tentu terdiri atas orang-orang yang memiliki pengalaman yang berbeda. Komunitas memudahkan seseorang untuk berbagi pengalaman, sehingga seseorang dapat menjadikan pengalaman tersebut sebagai ilmu yang baru.

Dalam komunitas proses diskusi yang selalu diadakan dalam setiap komunitas memberikan manfaat untuk mengatasi segala masalah yang sedang dihadapi oleh seseorang. Komunitas biasanya berperan sebagai pendengar dan penasehat untuk permasalahan seseorang. Komunitas merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang berbeda karakter dan kepribadiannya. Hal ini memberikan dampak positif untuk seorang yang tidak terbiasa bersosialisasi menjadi terbiasa. Orang yang introvert atau pasif dalam berbicara menjadi orang yang ekstrovert atau aktif dalam komunikasi. Keharmonisan komunitas dapat terjalin apabila setiap anggotanya dapat memahami karakter dan kepribadian masing-masing.

Komunitas juga menjadi ajang untuk mencari teman baru. Semakin banyak teman maka semakin banyak informasi baru yang didapatkan. Selain itu, komunitas juga memberikan manfaat sebagai peluang kerja untuk masyarakat yang sedang membutuhkan pekerjaan. Komunitas adalah sekumpulan pengguna

Internet yang membentuk jaringan hubungan personal. Tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan nyata dan kehidupan masyarakat maya (cybercommunity).

5) Connectedness (menghubungkan)

Menurut Ryan dan La Guardia (Vlachopoulos&Michailidou,2006), menghubungkan “mencerminkan keinginan untuk memiliki orang lain merespon dengan kepekaan dan kepedulian akan pengalaman mereka dan seseorang yang menyampaikan hal tersebut ialah mereka yang berarti . Jadi keterhubungan merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk menyatu dan melekat dengan orang lain, untuk bisa mencintai dan dicintai, untuk peduli dan memperhatikan orang lain serta diperhatikan dan dianggap berarti oleh orang lain .Komunikasi terjadi di dalam konteks saling menghubungkan para komunikator.

Rentang hubungan itu mencakup hubungan dekat dan intim, hubungan formal, hubungan kompetitif, dan hubungan interpersonal konflikual dalam berbagai setting. Tentu saja, maksudnya adalah hubungan itu sendiri mempengaruhi proses komunikasi. Entah itu verbal atau nonverbal, komunikasi dalam hubungan membantu pihak-pihak yang terlibat untuk membuat prediksi satu sama lain dalam hubungan tersebut. Komunikasi mengurangi ketidakpastian tentang kemungkinan akibat dari pertukaran informasi di masa depan dan menjadi basis untuk melanjutkan hubungan.

Akan tetapi, memahami proses komunikasi bukan hanya memerlukan pemahaman hubungan antarkomunikator, tetapi juga pemahaman konteks sosial tempat dimana komunikasi terjadi. Tidak bisa dipungkiri bahwa kehadiran media sosial telah memudahkan komunikasi dengan semua orang di seluruh belahan

dunia. Untuk membangun komunikasi dengan orang yang belum pernah dikenal sebelumnya pun memungkinkan lewat media sosial. Sudah banyak kejadian orang-orang yang sukses mendapatkan sahabat, pasangan hidup dan rekan kerja dari media sosial.

Menurut Solis, Brian. (2010) mengemukakan keterhubungan itu “Bekerja bersama-sama serta melayani antara pemberi dan penerima pesan agar pesan yang disampaikan lebih efektif dan efisien, mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antara pengguna, melalui fasilitas tautan (links) ke website, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainn karena adanya keterhubungan yang mengkaitkan satu pihak dengan pihak yang lain”. Mayoritas dari media sosial tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan antar pengguna. Tidak dapat dipungkiri bahwa media memiliki fungsi untuk menghubungkan manusia satu dengan manusia yang lain.

Tidak hanya daalam arti berita, tetapi juga informasi lain yang ada dalam surat kabar akan berisi orang di daerah lain. menghubungkan orang dari berbagai belahan dunia baik itu yang belum mengenal atau yang sudah mengenal, baik itu dari suku, rasa atau agama yang berbeda, semuanya dapat berkomunikasi langsung melalui media internet. Sebab di dalam media internet memang banyak sarana pendukung bagi manusia untuk melakukan komunikasi. Produksi media dalam multimedia yang saling terjaring satu sama lain sehingga konten yang ditawarkan lebih interaktif, lebih lengkap, dan lebih mudah untuk diakses menciptakan konten yang sama yang akhirnya menciptakan budaya populer terhadap apa yang menjadi tren. Sejalan dengan pandangan Gidden dalam

Nasrullah (2015) bahwa “Hubungan yang terjadi di media baru terbangun secara sadar dan sukarela, hubungan ini akan semakin erat apabila diantara individu merefleksikan hal yang sama, saling menyadari adanya kebutuhan”. Dalam media social setiap orang bisa berkenalan dan membuat sebuah hubungan pertemanan dengan seseorang yang tidak kenal atau yang ingin dikenal melalui media social. Banyak media sosial yang dapat menghubungkan satu orang dengan orang lain, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya.

Contoh media sosial yang bisa menjadi wirausaha

a) Blog

Media satu ini memang memiliki kemiripan dengan website secara sekilas namun penggunaan blog hanya sebatas untuk mendukung usaha promosi. Caranya dengan memuat berbagai artikel seputar bisnis dan produk toko online bahkan jika Anda mau memuat berita terbaru mengenai toko online Anda dan menunjukkan prestasi yang sudah diraih. Untuk semakin mengoptimalkan penggunaannya, banyak dari pebisnis online yang menggunakan blog juga menggunakan teknik SEO guna semakin menarik lebih banyak pelanggan.

b). Youtube

Youtube merupakan salah satu website yang saat ini sangat diminati oleh banyak orang dari segala golongan, usia dan jenis kelamin. Website broadcast yang didirikan pada tahun 2005 ini telah menjadi media banyak orang dalam mengekspresikan diri mereka melalui video. Oleh karena mempromosikan bisnis di Youtube sudah merupakan bagian wajib dari sebuah rencana promosi suatu usaha. Langkah utama jika ingin mempromosikan bisnis pada Youtube adalah mengupload video melalui akun pribadi lalu pilih kategori yang tepat untuk jenis bisnis yang akan dipromosikan, judul video haruslah menarik dan mengandung

banyak keywords yang banyak digunakan orang untuk memperbesar kemungkinan muncul pada laman pertama pada Youtube saat hasil pencarian video terkait keywords keluar.

c). Twitter

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc., yang menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (tweets). Kicauan adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Kicauan bisa dilihat secara luar, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat kicauan pengguna lain yang dikenal hanya melalui media sosial twitter saja. Twitter juga bisa menyimpan file berupa foto dan video.

d). Forum dan komunitas online

Mereka datang dalam segala bentuk dan ukuran dimana banyak dibuat oleh pelanggan. Sebagian hal ini disponsori oleh perusahaan melalui postingan, instant, messaging, dan juga chatting yang berdiskusi mengenai minat khusus yang dapat berhubungan dengan perusahaan.

e). Instagram

Instagram adalah platform aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, mengedit, menerapkan filter digital, dan mengunggahnya dengan berbagai fitur, seperti kolom komentar, dan fitur DM atau Direct Message yang memungkinkan penggunanya untuk bertukar pesan.

f). WhatsApp

Merupakan aplikasi pesan lintas platform sejak kemunculannya tahun 2009 hingga saat ini, yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena menggunakan data internet. Menggunakan WhatsApp kita dapat dengan mudah untuk berinteraksi melalui pesan teks maupun suara dan hingga saat ini dilengkapi dengan fitur video call, yang mana kita dapat bertatap muka ketika telpon.

2.1.3 Hakekat Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan adalah senjata penghancur pengangguran dan kemiskinan, dan menjadi tangga menuju impian setiap masyarakat untuk mandiri secara finansial, memiliki kemampuan membangun kemakmuran individu, sekaligus ikut membangun kesejahteraan masyarakat (Asmani 2010). Pendidikan kewirausahaan mengajarkan penanaman nilai-nilai kewirausahaan yang akan membentuk karakter dan perilaku untuk berwirausaha agar peserta didik dapat mandiri. Pendidikan kewirausahaan juga mampu membekali peserta didik dengan berbagai kompetensi kewirausahaan yang nantinya akan membawa manfaat besar bagi kehidupannya.

Sedangkan pengertian kewirausahaan adalah, menurut Suryana (2014:15) bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar untuk menciptakan peluang usaha agar meraih kesuksesan dalam usaha. Kreatif merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seorang wirausaha untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru. Sementara itu inovatif merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seorang wirausaha untuk menerapkan kreatif dalam rangka memecahkan persoalan bisnis dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Berdasarkan pengertian tentang

pembelajaran dan kewirausahaan di atas dapat disimpulkan bahwa pembelajaran kewirausahaan merupakan upaya yang dilakukan dengan sengaja oleh guru atau dosen untuk membelajarkan tentang kewirausahaan dan menata lingkungan yang baik.

2.1.3.1 Indikator Pendidikan Kewirausahaan

Menurut (Wishnu et al,2020) : Indikator untuk mengukur variabel pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa yaitu:

1).Keinginan berwirausaha

Fuadi (2009:93) mengemukakan bahwa: Keinginan berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu melalui ide-ide yang dimiliki untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya, tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, dapat menerima tantangan, percaya diri, kreatif dan inovatif serta mempunyai kemauan dan keterampilan untuk memenuhi kebutuhan.Keinginan wirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya.

Adapun Nurwakhid (1996:23) memberikan pendapatnya tentang keinginan berwirausaha “sebagai kemampuan seseorang untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada padadiri sendiri”.Pendapat Santosa (2016:19) yaitu “Keinginan berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri individu untuk tertarik menciptakan dan mengembangkan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko yang diciptakannya tersebut”.Keinginan juga dapat diartikan

sebagai pada perasaan ingin memiliki sesuatu, tanpa memikirkan sisi mendesak atau tidak, butuh atau tidak, baik segera maupun di waktu yang akan datang. Program pendidikan kewirausahaan tumbuhkan keinginan berwirausaha adalah ketika mahasiswa sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan dirasakan mulai tumbuh keinginan untuk berwirausaha. Keinginan adalah harapan, sehingga sesuatu dapat terjadi atau suatu yang belum terwujud segera tercapai. Maka dalam berwirausaha harus mempunyai harapan agar usaha yang dijalankan nanti dapat berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan

Keinginan berwirausaha muncul karena adanya pengetahuan dan informasi mengenai kewirausahaan yang kemudian dilanjutkan untuk berpartisipasi secara langsung dalam rangka mencari pengalaman dan akhirnya timbul keinginan untuk memperhatikan pengalaman yang telah didapatkan tersebut. Serta mempunyai perasaan senang dan mempunyai keinginan untuk terlibat dalam kegiatan pengambilan resiko, untuk menjalankan bisnis atau usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada, dan menciptakan bisnis baru dengan pendekatan inovatif. Keinginan berwirausaha tidak dimiliki dengan begitu saja, melainkan dapat dipupuk dan dikembangkan. Keinginan berwirausaha adalah dorongan dari dalam seseorang yang mampu memberikan semangat melakukan kegiatan bisnis untuk mendapatkan penghasilan tanpa tergantung pada orang lain. Keinginan berwirausaha juga dapat dipahami sebagai semangat yang tumbuh dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain (dalam Busro, M.2017).

Menurut Katz dan Gatner (dalam Slamet,2020), mengemukakan akan bahwa keinginan berwirausaha merupakan proses mencari informasi untuk

membuka usaha. Informasi tersebut berupa kebutuhan modal, pendapatan yang diperoleh, sumber daya yang digunakan dan risiko yang akan dihadapi. Keinginan wirausaha adalah pemusatan perhatian dan perbuatan seseorang terhadap wirausaha dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Keinginan berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhi. Faktor yang mempengaruhi tumbuhnya keputusan seseorang untuk berwirausaha merupakan hasil interaksi dari beberapa faktor yaitu karakter kepribadian seseorang dan lingkungannya. Keinginan berwirausaha dapat dilihat dari usaha seseorang untuk bekerja keras, menanggung segala risiko, bersedia menempuh jalan dan cara baru, serta mampu belajar dari pengalaman.

Iskandar (2001:18) menyebutkan bahwa keinginan berwirausaha seseorang muncul karena adanya kemauan yang didukung dengan tenaga yang memadai untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan membuka usaha, adanya keberanian untuk menanggung semua resiko yang pasti muncul dalam setiap proses pendirian, pelaksanaan dan pengembangan usaha yang dibangun, dan adanya rasa optimis dan penuh keyakinan dalam membuka usaha, sehingga seseorang mengembangkan diri untuk membuka usaha baru ataupun memanfaatkannya dengan cara menciptakan lapangan pekerjaan baru. Keinginan berwirausaha dipengaruhi oleh sikap dan motivasi, dimana pengaruhnya positif, semakin tinggi dukungan pada mahasiswa, maka semakin tinggi minat untuk berwirausaha (Munawar & Supriatna,2018). Dalam hal ini pengaruh positif yang diberikan kepada seseorang sangat membantu dalam memberikan dukungan agar keinginan berwirausahaan semakin besar dan menjadikan mereka orang yang

berkeinginan kuat untuk berwirausaha. Keinginan berwirausaha seseorang didasari dengan percaya diri dan selalu konsisten.

2) Wawasan

Aspek pertama dalam faktor keberhasilan wirausaha tentunya pengetahuan atau wawasan di pengusaha tentang wirausaha. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha atau wiraswasta adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi atau pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Dengan pengertian di atas, wirausaha artinya harus memiliki pengetahuan aktivitas bisnis seperti menghitung kas, alokasi modal, hingga strategi pemasaran. Akan lebih baik jika pengusaha secara spesifik mengetahui pengetahuan ini di bidang bisnis yang sedang dijalani. Jika memang tidak memiliki faktor keberhasilan wirausaha yang pertama ini, Anda atau para pengusaha bisanya bisa bekerja sama dengan orang-orang yang andal dalam berbisnis atau membuat perencanaan. Setelah memiliki pengetahuannya, kita perlu menerapkannya ke dalam bisnis yang dijalani. Keterampilan wirausaha bisa berkembang seiring menjalankan bisnis dengan pengetahuan yang dimiliki.

Wawasan wirausaha adalah pandangan, cara pandang, tinjauan yang menunjukkan individu untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu tentang usaha wirausaha. Wirausaha yang dimaksudkan di sini adalah usaha yang diciptakan sendiri untuk menghasilkan pendapatan pribadi atau rumah tangga. Wawasan berwirausaha itu merupakan kemampuan menciptakan sesuatu yang berbeda melalui tindakan-tindakan kreatif dan inovatif guna menciptakan peluang dan menghadapi tantangan. Menurut Nurdian Susilowati dan Nisaul Barokati

Seliro Wangi dalam buku Kewirausahaan (2017), berpendapat bahwa “salah satu cara memperluas wawasan adalah penemuan pengetahuan baru, menciptakan hal baru, daya pikir terus dilatih, banyak membaca pengetahuan terkait bidang wirausaha yang akan dijalani”. Misalnya ingin menekuni wirausaha makanan, berarti kita harus banyak membaca informasi yang berkaitan dengan hal tersebut.

Seseorang perlu wawasan di karenakan semakin luasnya wawasan tersebut maka akan semakin luas cara pikir atau cara pandang tersebut dalam memutuskan atau menilai Sesuatu. Dengan demikian Wawasannya tersebut bisa digunakan dalam hidupnya. Wirausahawan yang baik juga harus mempunyai wawasan yang luas dan visi jangka panjang agar bisa mempersiapkan bisnisnya hingga lebih dari 50 tahun ke depan. Dengan pengetahuan yang luas, pelaku usaha dapat menyusun strategi dalam menghadapi tantangan yang mungkin muncul.

Di dalam berwirausaha wawasan seorang wirausaha harus luas dimana wirausaha dapat mampu menciptakan sesuatu yang berbeda melalui tindakan-tindakan kreatif dan inovatif guna menciptakan peluang dan menghadapi tantangan. Aspek pertama dalam faktor keberhasilan wirausaha tentunya pengetahuan atau wawasan di pengusaha tentang wirausaha. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi atau pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.

Dengan demikian seorang wirausaha artinya harus memiliki pengetahuan aktivitas bisnis seperti menghitung kas, alokasi modal, hingga strategi pemasaran. Akan lebih baik jika pengusaha secara spesifik mengetahui pengetahuan ini di bidang bisnis yang sedang dijalani. Setelah memiliki wawasannya, wirausaha

dapat menerapkannya ke dalam bisnis yang dijalani. Keterampilan seorang wirausaha bisa berkembang seiring menjalankan bisnis dengan pengetahuan yang dimiliki. Salah satu cara memperluas wawasan dalam berwirausaha adalah banyak membaca pengetahuan terkait bidang wirausaha yang akan dijalani. Misalnya ingin menekuni wirausaha makanan, berarti kita harus banyak membaca informasi yang berkaitan dengan hal tersebut. Cara memperluas wawasan dalam hal wirausaha adalah: Banyak membaca informasi dan pengetahuan, baik dari buku, maupun internet. Punya sikap peka terhadap lingkungan untuk menemukan hal yang baru dan unik. Menumbuhkan motivasi tinggi dan bekerja keras. Tidak takut mencoba hal yang baru walaupun menemui kegagalan. Berani berdiskusi dengan orang di sekitar dan siap menerima kritik serta saran. Tidak menutup diri dari lingkungan sekitar agar wawasan bertambah. Membuat peta minda atau mind mapping untuk memetakan pemikiran dan ide kreatif yang muncul. Belajar dan berusaha untuk berpikir kritis. Wawasan berwirausaha diperluas untuk;

a).Mengurangi resiko

Artinya jika kita memiliki wawasan berwirausaha maka akan mengurangi resiko dalam mencari lowongan pekerjaan, karena disini anda yang akan membuka peluang pekerjaan. contoh kecil saja jika anda adalah pegawai swasta dan terkena PHK maka anda akan kehilangan pekerjaan anda, jika anda mempunyai wawasan wirausaha maka anda tidak akan kesulitan untuk mencari pekerjaan dan anda akan menggunakan itu sebagai peluang untuk membangun sebuah usaha.

b).Meningkatkan Keahlian dan pengetahuan

Semakin kita memiliki keinginan yang tinggi dalam berwirausaha maka akan meningkatkan pula keahlian kita dalam berwirausaha, jika usaha yang anda rintis sejak nol berkembang menjadi sebuah bisnis yang besar maka itu akan menuntut anda untuk meningkatkan keahlian dan pengetahuan anda. Tidak mungkin kita stuck pada keahlian kita, untuk meminimalisir persaingan pasar juga kita harus lebih meningkatkan keahlian dan pengetahuan

c). Meningkatkan inovasi dan kreatifitas

Meningkatkan inovasi merupakan salah satu alasan mengapa anda harus mengembangkan usaha ketika anda sudah berkomitmen untuk mengembangkan usaha maka anda akan berusaha untuk membangun identitas merek yang lebih bagus lagi, meningkatkan penawaran, serta meningkatkan peluang untuk terus menjadi yang terdepan dari para pesaing.

3) Kesadaran

Kesadaran merupakan kunci dalam diri seseorang sehingga dirinya dapat mengenali segala potensi yang ada pada dirinya. Orang yang memiliki kesadaran adalah orang yang mengenal siapa dirinya dan menyadari segala potensi yang ada pada dirinya. Menurut Fatkhurrahman (2016) “ Kesadaran dalam berwirausaha itu adalah kemauan kuat untuk berkarya, memiliki motivasi untuk mengembangkan serta menjalankan suatu usaha. kualitas diri diperbaiki ,mengasah kemampuan diri, pengalaman dijadikan motivasi diri.

Dengan semangat mandiri, mampu membuat keputusan yang tepat dan berani mengambil resiko”. Membuat tujuan masa sekarang dan masa yang akan datang dengan cara kreatif dan inovatif tekun, teliti, dan produktif, serta berkarya

dengan semangat kebersamaan dan etika bisnis yang sehat. Kesadaran berwirausaha itu harus memiliki mentalitas dimana menjadi seorang pebisnis atau pengusaha bukan hanya tentang mencari laba (keuntungan) sebanyak-banyaknya, namun ada hal lain yang sering dilupakan para pebisnis, sehingga mereka tidak bisa memiliki usaha yang bertahan lama. Sebagai pebisnis, kita perlu memiliki kesadaran diri bahwa orang-orang di sekitar kita perlu dihargai dan disayangi, siapapun mereka. Inilah mengapa mentalitas ‘menjadi pemberi pertama’ perlu dibangun dan dimiliki oleh kita yang ingin menjadi pengusaha sukses.

Ada baiknya, bentuk mentalitas seperti ini sudah dibentuk dari dalam keluarga, sehingga anak-anak terbiasa untuk memberikan kebaikan kepada orang lain, saling berbagi dan tidak bersikap materialistis. Sebagai contoh, seorang pebisnis bisa memberikan contoh produknya secara gratis kepada pelanggan untuk percobaan penjualan pertama. Berikan produk itu dengan tulus dan ikhlas, dengan niat yang baik semoga produk dapat bermanfaat bagi orang lain. Produk dengan kualitas yang bagus serta penjual yang baik hati tidak akan pernah merasakan rugi, pelanggan pasti akan membeli produk kita karena mereka tahu bahwa itu adalah produk yang bagus.

Jadi, tidak ada ruginya kan untuk menjadi pemberi pertama. Ironisnya, masih banyak pengusaha yang memandang orang lain sebagai ‘sebuah nilai’ yang perlu dia dapatkan. Secara negatif, sikap ini hanya membuat kita memikirkan apa yang menjadi ‘kewajiban orang lain’ kepada kita, tanpa memikirkan hak-hak yang harus orang lain dapatkan. Mentalitas adalah sesuatu yang secara pribadi perlu diterapkan sepanjang perjalanan kewirausahaan. Sehingga koneksi pribadi kita

dengan orang lain, terutama kepada pelanggan, akan menjadi semakin baik dan menjadi peluang yang luar biasa.

Kesadaran berwirausaha harus mampu mempercayai diri sendiri terlebih dahulu. Sebelum orang lain mempercayai kita, akankah lebih baik jika kita mempercayai diri kita sendiri terlebih dahulu. Ini merupakan kesadaran diri yang sangat diperlukan untuk menjadi pengusaha yang sukses. Logikanya, bagaimana kita bisa berharap agar orang lain bisa mempercayai kita sepenuhnya, jika kita tidak mempercayai diri sendiri. Jangan salahkan keraguan yang orang lain berikan kepada kita, jika kita juga meragukan diri sendiri. Lalu, apa hubungan antara percaya dengan diri sendiri dan berwirausaha. Sederhananya, jika kita tidak percaya diri bahwa kita dapat menjual produk-produk kita kepada konsumen, konsumen pun juga akan merasa ragu dengan produk yang ditawarkan kepada mereka. Jadi, bentuk kesadaran diri dalam mempercayai diri sendiri adalah mempercayai diri dengan sepenuh hati, sebelum rekan pembaca berharap orang lain dapat mempercayai kita.

Kemudian kesadaran diri dalam berwirausaha itu adalah mampu mengejar Tujuan Hidup tanpa henti, artinya adalah memiliki tekad yang kuat dalam mengejar tujuan hidup dan pantang menyerah. Seringkali, ada banyak orang yang sangat ingin menjadi pengusaha sukses, namun mereka tidak memiliki mental tahan banting baru juga menghadapi tantangan kecil, sudah buru-buru ingin menyerah. Calon pengusaha sukses akan memiliki mental yang kuat dan siap menghadapi segala tantangan serta rintangan bisnis yang akan menghampiri mereka. Kesadaran berwirausaha didefinisikan sebagai kesediaan individu untuk mewujudkan perilaku sebagai wirausaha, terlibat dalam kegiatan kewirausahaan,

menjadi seorang wirausaha, atau membangun usaha baru (Mcstay, 2008; Dohse & Walter, 2010). Menurut Bird (1988), kesadaran berwirausaha mengacu pada pernyataan pemikiran secara individual dari seseorang yang ditujukan untuk menciptakan usaha baru, membangun konsep bisnis yang baru atau menciptakan nilai baru dalam perusahaan yang sudah ada serta Tangguh dan unggul dalam menjalankannya.

Kesadaran berwirausaha juga mungkin didasari oleh Potensi diri yang merupakan merupakan kemampuan, kekuatan, baik yang belum terwujud maupun yang telah terwujud, yang dimiliki seseorang, tetapi belum sepenuhnya terlihat atau dipergunakan secara maksimal. Setiap manusia pasti memiliki potensi, potensi dalam bidang apapun. Tingkat efikasi diri pada wirausaha menimbulkan keyakinan yang kuat pada kemampuan individu dalam pengambilan keputusan (Forbes, 2005). Semakin baik efikasi diri individu maka menumbuhkan keyakinan yang kuat terhadap tindakan yang harus dilakukan guna menghadapi situasi tertentu. Drnovsek (2010) melihat efikasi diri berwirausaha meliputi melihat tiga dimensi efikasi diri berdasarkan tahap pembentukan wirausaha yaitu memulai atau mengembangkan unit bisnis, keyakinan pada terhadap tugas dan tujuan, dan kontrol positif atau negatif dari keyakinan tersebut.

2.1.3.2 Manfaat Pendidikan Kewirausahaan.

Pendidikan kewirausahaan penting diajarkan guna mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan wirausaha sebagai bekal sebelum memulai suatu bisnis atau usaha. Menurut (prawirokusumo,2010) Alasan perlunya diajarkan pendidikan kewirausahaan mengemukakan pendidikan kewirausahaan perlu diajarkan sebagai disiplin ilmu tersendiri yang independen, karena:

1. Kewirausahaan berisi body of knowledge yang utuh dan nyata, yaitu ada teori, konsep, dan metode ilmiah yang lengkap.
2. Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu venture start-up dan venture growth, ini jelas tidak masuk dalam kerangka pendidikan manajemen umum yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha.
3. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki obyek tersendiri, yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan berusaha dan pemerataan pendapatan.

2.1.3.3 Meningkatkan Pendidikan Kewirausahaan

Menurut (Wibowo, 2011) berpendapat bahwa “terdapat dua cara untuk meningkatkan mental kewirausahaan kepada mahasiswa di kampus, yaitu:

1. Mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum. Karakter ilmu kewirausahaan didesain untuk mengetahui (to know), melakukan (to do), dan menjadi (to be) entrepreneur. Tujuan pendidikan untuk mengetahui dan melakukan, terdapat dalam kurikulum program studi yang terbagi ke dalam berbagai mata kuliah. Mata kuliah pendidikan kewirausahaan merupakan usaha yang dilakukan oleh perguruan tinggi kepada mahasiswa guna menumbuhkan motivasi dan membentuk sikap mental wirausaha. Untuk tujuan to be entrepreneur.
2. Ekstrakurikuler mahasiswa dikemas dengan sistemik dan diarahkan menumbuhkan motivasi dan sikap mental wirausaha. Mahasiswa menerima pembinaan untuk meningkatkan minat, bakat, serta

keorganisasian guna memupuk keterampilan berwirausaha, salah satunya adalah dengan program berwirausaha mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan akan menanamkan nilai-nilai kewirausahaan yang nantinya akan membentuk pola pikir dan sikap mental berwirausaha sehingga peserta didik dapat menjadi pribadi yang mandiri. Selain itu pendidikan kewirausahaan juga akan meningkatkan kompetensi kewirausahaan yang ke depannya akan memberikan manfaat yang besar untuk kehidupannya.

2.1.3.4 Pendidikan Kewirausahaan dalam Kurikulum MBKM

Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Kegiatan Kewirausahaan adalah kebebasan mahasiswa belajar di luar PT dalam bentuk menjalankan aktivitas berwirausaha mandiri. Aktivitas usaha mandiri mahasiswa yang sedang dilaksanakan tersebut dapat dikonversi ke mata kuliah yang memiliki kompetensi sama dengan aktivitas kewirausahaan mahasiswa. Capaian MBKM kegiatan kewirausahaan adalah mampu melakukan praktik awal wirausaha dengan pemahaman konsep wirausaha yang Komprehensif. Bagi mahasiswa yang telah memiliki usaha dapat mengikuti program ini dengan capaian akhir pengembangan usahanya atau inovasi usahanya. Adapun capaian Kompetensi MBKM Kewirausahaan ini adalah:

1). Technical Skill

Seperti yang dikatakan oleh nama keterampilan ini, keterampilan ini memberikan pengetahuan dan kemampuan kepada manajer untuk menggunakan teknik yang berbeda untuk mencapai apa yang ingin mereka capai. Keterampilan teknis tidak hanya terkait dengan mesin, alat produksi, atau peralatan lainnya,

tetapi juga keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan penjualan, merancang berbagai jenis produk dan layanan, memasarkan produk dan layanan, dll.

Keterampilan teknis paling penting bagi manajer tingkat pertama. Ketika sampai pada manajer tingkat atas, keterampilan ini bukanlah sesuatu yang memiliki tingkat signifikansi yang tinggi. Ketika kita melewati hierarki dari tingkat bawah ke tingkat yang lebih tinggi, keterampilan teknis kehilangan arti pentingnya

2).Conceptual Skill

Keterampilan konseptual menyajikan pengetahuan atau kemampuan seorang manajer untuk berpikir lebih abstrak. Artinya, ia dapat dengan mudah melihat keseluruhan melalui analisis dan diagnosis dari berbagai keadaan yang berbeda. Dengan cara seperti itu, mereka dapat memprediksi masa depan bisnis atau departemen secara keseluruhan.Keterampilan konseptual sangat penting bagi manajer puncak, kurang penting bagi manajer tingkat menengah dan tidak diperlukan bagi manajer tingkat pertama. Ketika kita beranjak dari bawah hierarki manajerial ke atas, pentingnya keterampilan ini akan meningkat.

3).Managerial Skill

Managerial skill atau keterampilan manajerial merupakan bekal yang harus dimiliki wirausaha.Seorang wirausahawan harus mampu menjalankan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan agar usaha yang dijalankannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Kemampuan

menganalisis dan mengembangkan pasar, kemampuan mengelola sumber daya manusia, material, uang, fasilitas dan seluruh sumber daya perusahaan merupakan syarat mutlak untuk menjadi wirausaha sukses. Secara garis besar ada dua cara untuk menumbuhkan kemampuan manajerial, yaitu melalui jalur formal dan informal. Jalur formal misalnya melalui jenjang lembaga pendidikan sekolah menengah kejuruan bisnis dan manajemen atau melalui pendidikan tinggi misalnya departemen Mampu menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan agar fungsi-fungsi berjalan dengan baik. Digunakan untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengorganisir suatu pekerjaan agar dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

4).Human Skill

Supel, mudah bergaul, simpati dan empati kepada orang lain adalah modal keterampilan yang sangat mendukung kita menuju keberhasilan usaha. Dengan keterampilan seperti ini, kita akan memiliki banyak peluang dalam merintis dan mengembangkan usaha. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan ini misalnya dengan melatih diri diberbagai organisasi, bergabung dengan klub-klub hobi dan melatih kepribadian kita agar bertingkah laku menyenangkan bagi orang lain Mampu mencari, memelihara dan mengembangkan relasi, mampu berkomunikasi dan negosiasi.

5).Decision Making Skill

Sebagai seorang wirausaha, kita seringkali dihadapkan pada kondisi ketidakpastian. Berbagai permasalahan biasanya bermunculan pada situasi seperti ini. Wirausaha dituntut untuk mampu menganalisis situasi dan merumuskan berbagai masalah untuk dicarikan berbagai alternatif pemecahannya. Tidak mudah

memang memilih alternatif terbaik dari berbagai alternatif yang ada. Agar tidak salah menentukan alternatif, sebelum mengambil keputusan, wirausaha harus mampu mengelola informasi sebagai bahan dasar pengambilan keputusan. Keterampilan memutuskan dapat kita pelajari dan kita bangun melalui berbagai cara. Selain pendidikan formal, pendidikan informal melalui pelatihan, simulasi dan berbagi pengalamandapat kita peroleh.

6).Technology Skill

Secara bahasa, technological skill atau tech skill berarti keterampilan dalam penguasaan teknologi. Mengutip dari The Balance Careers, technological skill adalah keterampilan yang mencakup hampir semua aspek yang berhubungan dengan penguasaan teknologi. Mulai dari keterampilan merakit dan memperbaiki komputer, menggunakan perangkat lunak khusus, rancang bangun aplikasi, mengelola sistem komputer, dan masih banyak lagi. Sebagian besar posisi yang berhubungan dengan teknologi membutuhkan keterampilan khususnya sendiri. Sebagai contoh, posisi App Developer harus menguasai coding. Kemudian, posisi UI UX Designer membutuhkan penguasaan aplikasi desain seperti Adobe. Hal ini menandakan bahwa posisi pekerjaan yang berhubungan dengan teknologi memiliki tingkat spesialisasi yang tinggi. Selain itu, pekerjaannya pun memiliki orientasi yang detil dan harus berjalan dengan baik.

7).Marketing Skill

Kemampuan kemampuan yang termasuk dalam marketing skill yaitu:

a). Paham Tentang Customer Experience

Keahlian pertama berhubungan dengan interaksi bersama pelanggan dan biasanya terkait pada customer journey, user interaction, juga dalam hal user

experience. Biasanya perusahaan akan menggunakan perangkat yang mampu membantu memenuhi ketiga sesi tersebut.

b). Paham Analisis Pasar

Karena dunia marketing berhubungan erat dengan pemasaran, tentunya skill yang harus miliki marketing lainnya ialah paham untuk melakukan analisis pasar. Kondisi pasar berubah-ubah setiap waktu.

c). Melakukan Riset

Agar memahami dan mampu menganalisis kondisi pasar, maka seorang marketing harus melakukan sejumlah riset yang berdasarkan fakta di lapangan. Hasil riset pun akan menjadi bahan penting tim pemasaran untuk menciptakan ide marketing paling efektif.

d). Pemasaran Melalui Media Sosial

Keahlian lainnya ialah mampu memasarkan produk melalui media sosial yang kini sudah menjadi bagian dari kehidupan. Tidak bisa dipungkiri, peran media sosial begitu besar dalam perkembangan dan kemajuan sebuah bisnis, bagaimanapun skalanya.

e). Keahlian Untuk Story Telling

Menjadi bagian dari tim satu ini bukan sekadar merancang pemasaran paling efektif saja, tetapi harus bisa story telling atau memiliki keahlian dalam menjelaskan secara informatif yang nantinya mudah untuk dimengerti oleh perusahaan, serta tentu dimengerti customer.

f). Jiwa Yang Kreatif

Dunia marketing tidak jauh dari kreativitas yang dimiliki tim, sehingga jiwa kreatif para anggotanya menjadi hal wajib.

g). Kemampuan Untuk Mudah Beradaptasi

Kemampuan dalam beradaptasi juga harus dimiliki untuk penyesuaian yang cepat.

h). Kemampuan Dalam Mengatur Waktu

Selanjutnya ialah keahlian untuk mengatur waktu. Strategi pemasaran dan proses kreatif harus dilakukan secara efisien, agar mendatangkan keuntungan semaksimal mungkin.

i). Mengerti Public Speaking

Marketing juga akan sangat berhubungan dengan kemampuan dalam public speaking, atau keahlian berbicara di depan publik dengan lancar. Dalam berinteraksi dengan banyak orang dan bersama customer membutuhkan keahlian yang satu ini.

j). Memiliki Jiwa Pemimpin

Jiwa pemimpin iatau leadership juga harus dimiliki seorang marketing. Kemampuan atau pun skill yang harus dimiliki marketing biasa lebih luas lagi dan menyesuaikan kebutuhan bisnis. Nantinya keahlian bisa mengikuti permintaan dan tuntutan dalam bisnis tersebut, serta berdasarkan bidangnya.

8). Finansial Skill

Financial Skill adalah merupakan kemampuan dari pribadi seseorang untuk membuat keputusan di bidang keuangan. Keputusan tersebut meliputi perencanaan keuangan, perencanaan sumber pendapatan, perencanaan penggunaan sebagai beban pribadi, dan pengendalian keuangan pribadi.

9). Initiative & Enterprise Skill

Mampu untuk memulai dan menindak lanjuti suatu rencana dan usaha, dengan penuh semangat dan tekad yang kuat. Memiliki atau menunjukkan inisiatif, kreatif dan inovatif.

10). Time Managerial Skill

Para pakar psikologi mengatakan bahwa salah satu penyebab atau sumber stress adalah ketidakmampuan seseorang dalam mengatur waktu dan pekerjaan. Ketidakmampuan mengelola waktu membuat pekerjaan menjadi menumpuk atau tak kunjung selesai sehingga membuat jiwanya gundah dan tidak tenang. Seorang wirausaha harus terus belajar mengelola waktu. Keterampilan mengelola waktu dapat memperlancar pelaksanaan pekerjaan dan rencana-rencana yang telah digariskan.

Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk mendorong mahasiswa menguasai berbagai keilmuan yang berguna untuk memasuki dunia kerja. Program Merdeka Belajar - Kampus Merdeka meliputi empat kebijakan utama yaitu: kemudahan pembukaan program studi baru, perubahan sistem akreditasi perguruan tinggi, kemudahan perguruan tinggi menjadi badan hukum, dan hak belajar tiga semester di luar program studi. Mahasiswa diberikan kebebasan mengambil SKS di luar program studi, tiga semester yang di maksud dapat diambil untuk pembelajaran di luar prodi dalam PT dan atau pembelajaran di Luar PT.

Tujuan program kegiatan wirausaha antara lain:

- 1) Memberikan mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha untuk mengembangkan usahanya lebih dini dan terbimbing.

- 2) Menangani permasalahan pengangguran yang menghasilkan pengangguran intelektual dari kalangan sarjana.

2.1.4 Minat Berwirausaha

Menurut Hisrich Peters dalam Suryana dan Bayu (2013) bahwa, “minat berwirausaha adalah proses yang menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko untuk dapat meningkatkan keterampilan dalam menciptakan sesuatu yang baru, inovatif dan menarik sehingga memunculkan peluang usaha. Jadi dapat disimpulkan bahwa Minat berwirausaha merupakan suatu ketertarikan pada diri seseorang terhadap kegiatan wirausaha dan keinginan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Minat berwirausaha muncul karena didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha kemudian dilanjutkan pada suatu kegiatan berpartisipasi untuk memperoleh pengalaman yang pada akhirnya muncul keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut. Minat berwirausaha yang terjadi pada seseorang tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dapat dipupuk dan dikembangkan. Batasan minat berwirausaha dibatasi dari faktor yang mempengaruhinya, yaitu perasaan senang, keinginan, perhatian, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat serta pengalaman.

Pada dasarnya pembelajaran berwirausaha merupakan pembelajaran yang mempelajari mengenai kewirausahaan, dengan tujuan untuk menanamkan pemahaman yang dalam pada diri mahasiswa tentang seperti apa dan bagaimana wirausaha dapat memberikan masa depan yang sukses nantinya. Pembelajaran kewirausahaan pada perguruan tinggi bertujuan untuk menghasilkan lulusan , yang memiliki kemampuan untuk mengatasi permasalahan pengangguran. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Soemanto(2002:85) bahwa

“Pendidikan Kewirausahaan berusaha untuk menjawab manusia yang berkualitas guna menjadikan manusia bukan hanya mampu mencari pekerjaan ,melainkan untuk mengembangkan sumber daya manusia yang mampu menciptakan pekerjaan bagi dirinya,atau bahkan mampu menyediakan lapangan kerja bagi orang lain”.

Menurut Suryana (2015:67) minat berwirausaha adalah “kecenderungan hati dalam diri seseorang untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir,mengatur,menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya”. Minat berwirausaha tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor faktor yang mempengaruhi. Faktor faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha antara lain persinal (kepribadian), sociological (keluarga) dan enviromental (lingkungan). Selain itu, minat berwirausaha juga dipengaruhi oleh pemberian mata pelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi yaitu berupa pengetahuan kewirausahaan. Metode pembelajaran kewirausahaan haruslah mampu mentransfer bukan hanya pengetahuan dan keterampilan melainkan juga kemampuan untuk mewujudkan suatu usaha yang nyata , dan memperoleh jiwa dari kewirausahaan itu sendiri. Perhatian guru dan perguruan tinggi yang baik sangat diperlukan dalam mewujudkan mahasiswa yang memiliki jiwa wirausaha melalui proses pembelajaran pendidikan wirausaha.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa pembelajaran kewirausahaan adalah suatu pembelajaran atau disiplin ilmu yang berperan penting dalam pembentukan pola pikir , sikap, perilaku dan pengembangan jiwa wirausaha dalam diri siswa, sehingga menciptakan generasi muda yang mampu menciptakan lapangan kerja bagidirinya sendiri. Oleh sebab

itu, pembelajaran kewirausahaan sangat dibutuhkan agar dapat terwujudnya jiwa wirausaha dalam diri seorang mahasiswa. Ada beberapa pengetahuan yang harus dimiliki wirausaha, yaitu sebagai berikut:

- a) Pengetahuan mengenai usaha, yang akan dimasuki atau dirintis dan lingkungan yang ada
- b) Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab
- c) Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis

2.1.4.1 Faktor-faktor Yang mempengaruhi Minat Berwirausaha.

Berbagai prediktor yang mempengaruhi minat berwirausaha telah diungkapkan oleh para peneliti-peneliti terdahulu, tetapi yang paling mendekati dan sangat penting untuk diungkapkan pada penelitian ini Menurut (Hendro,2011) ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk memilih jalur entrepreneur sebagai jalan hidupnya, yaitu:

- 1) Individual/Personal faktor. Merupakan pengaruh pengalaman hidup dari kecil hingga dewasa, baik oleh lingkungan ataupun keluarga. Lingkungan keluarga dan masyarakat. Semakin kondusif lingkungan keluarga dan masyarakat di sekitarnya maka akan semakin mendorong seseorang untuk menjadi seorang wirausaha.
- 2) Suasana Kerja. Lingkungan pekerjaan yang nyaman tidak akan menstimulus orang atau pikirannya untuk berkeinginan menjadi pengusaha.
- 3) Tingkat Pendidikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin kecil pengaruhnya terhadap keinginan untuk memilih berwirausaha sebagai jalan hidupnya. Apabila pendidikan memadai maka seseorang akan siap untuk menjadi seorang wirausaha dan memimpin anak buahnya.

2.1.4.2. Indikator Minat Berwirausaha

Untuk mengetahui kondisi minat berwirausaha seseorang dapat diukur menggunakan indikator (Hassan et al,2020) sebagai berikut:

1).Kesiapan untuk Berwirausaha

Menurut Apiatun dan Prajanti (2019:1165) “Kesiapan berwirausaha merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang maupun beberapa orang yang memiliki berbagai tujuan dan kebutuhan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan bisnis dengan memanfaatkan peluang dibekali dengan kondisi fisik, mental, emosional, keterampilan, dan berbagai pengetahuan yang telah dimiliki”. Menurut Yuliani (2018:121) “kesiapan berwirausaha diartikan sebagai suatu kondisi dimana individu memiliki perasaan siap dengan adanya bekal kemampuan, kemauan dan keinginan yang dimiliki untuk menghadapi berbagai situasi dalam berwirausaha”. Sedangkan menurut Yunita (2020:453) “kesiapan berwirausaha adalah suatu respon yang diberikan seseorang kepada

Kesiapan untuk menjadi wirausaha dengan melalui persiapan mental berarti kita sudah dapat mempersiapkan diri menjadi seorang wirausaha yang memiliki daya saing, dimana kita sudah dapat menetapkan menjadi pribadi yang berbeda dari kebanyakan orang, dan mulai berfikir satu langkah dari orang lain pada umumnya. Kemampuan mental Seseorang yang memiliki rasa siap dengan mental yang baik akan merasa percaya diri dan yakin dalam melakukan dunia usaha. Kemudian Berorientasi ke masa depan: pandangan dan keinginan yang kuat. Seseorang yang memiliki pandangan luas ke depan dan keinginan akan keberhasilan di masa depan yang kuat. Dan Kemampuan mengambil resiko: mempelajari cara mengenal risiko dan mengatasi risiko. Seseorang yang dapat belajar dalam mengambil resiko dengan cara mengenali resiko tersebut untuk mencari solusi sehingga dapat mengatasinya dengan baik serta

Keterampilan berwirausaha: membangun jaringan dan kemampuan mempengaruhi orang lain. Seseorang dengan kemampuan membangun hubungan yang baik dengan orang lain, sehingga dapat mempengaruhi orang lain untuk berwirausaha bersama. Memiliki daya saing dalam pribadi seorang wirausaha, sangat penting dan sangat menentukan bagaimana nanti kita akan menghasilkan produk/jasa yang kita miliki, melalui pemikiran-pemikiran yang kaya ide, kreatif, inovatif dan memiliki nilai tambah (added value) sehingga menjadi pembeda khusus dari yang dihasilkan orang lain, yang merupakan karya orisinal kita yang menjadi spesifikasi sebuah produk yang unggul dan berdaya saing di pasaran sehingga memiliki kekhasan dan aksen tersendiri bila bersaing dengan produk sejenis lainnya. Saat seseorang sudah memiliki kesiapan maka akan mampu berperilaku mandiri, kompeten dan akan siap dalam menghadapi berbagai macam hal baik maupun hal buruk yang terduga maupun tidak terduga dalam kegiatan berwirausaha. Untuk menjadi seorang wirausaha harus siap menanggung resiko yang akan di hadapi, siap untung mesti juga harus siap rugi. Selain itu untuk menjadi seorang wirausaha harus mempersiapkan modal apapun jenis usahanya.

Kesiapan dalam berwirausaha itu juga terdapat beberapa strategi dan komitmen diri yang harus diciptakan mulai dari merubah mindset kita sendiri, kita yang biasanya berfikir konsumtif, senang dengan menerima penghasilan menjadi pekerja, dan merasa nyaman dengan penghasilan yang sudah mencukupi untuk kebutuhan hidup serta mencari karir melalui posisi tertentu pada suatu pekerjaan yang selama ini sudah tertanam dalam mental dan fikiran kita. Tetapi setelah kita menetapkan diri untuk berwirausaha, disini kita sudah harus merubah mindset (cara berfikir) kita kearah sebaliknya, menjadi orang yang dapat selalu berfikir

produktif, kreatif dan inovatif untuk menghasilkan produk/jasa yang kompetitif, merubah pola hidup yang terbiasa nyaman jadi pekerja menjadi seorang yang biasa mendaya gunakan SDM lain untuk bekerjasama dengan kita, mendapatkan penghasilan bukan dari orang lain lagi tetapi mulai memikirkan bagaimana mempekerjakan orang lain dan mendapat penghasilan melalui usaha kita. Yang lebih penting lagi kita yang selalu cenderung mencari karir dan pekerjaan biasanya setelah lulus sekolah sibuk melamar pekerjaan kemana-mana, tetapi kita ubah menjadi bagaimana kita berfikir kreatif untuk menciptakan pekerjaan melalui usaha yang akan kita rintis. Menurut Mulyadi Nitisusastro (2017:81) Kesiapan berwirausaha adalah seseorang yang berniat memasuki dunia usaha sebaiknya sejak awal telah mempersiapkan diri dengan berbagai bekal yang diperlukan dalam menjalankan kegiatan usaha.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kesiapan berwirausaha adalah sebuah kegiatan bisnis yang dilakukan seseorang atau lebih dalam mempersiapkan mental maupun materi dalam membuka suatu usaha yang ingin dijalankan demi mendapatkan sebuah keuntungan. Kesiapan berwirausaha adalah kemauan, keinginan dan kemampuan untuk berwirausaha, dalam hal ini bergantung pada tingkat kematangan, pengalaman masa lalu, keadaan mental dan emosi seseorang. Sebelum melewati kematangan, tingkah laku kesiapan tidak dapat dimiliki walaupun melalui latihan yang intensif dan bermutu. (Siti Nurbaya, tt) Kesiapan seseorang dalam berwirausaha menurut Mustofa (2014) ditandai dengan:

- a. Memiliki orientasi kedepan
- b. Memiliki pandangan dan keinginan yang kuat untuk maju dan berkembang
- c. Kemampuan pengambilan risiko terhadap tantangan dari pesaing

- d. Berani dalam bersaing tanpa takut mengalami kegagalan
- e. Kreatif
- f. Rasa ingin tahu yang tinggi
- g. Terbuka dengan gagasan yang baru
- h. Kemampuan membangun jaringan berwirausaha
- i. Kemampuan untuk mempengaruhi orang lain.

2).Profesionalisme Berwirausaha

Dalam berwirausaha profesionalisme berarti menjadi pintar, efisien, ramah, dan tepat sasaran. Profesionalisme dalam berbisnis akan mempertahankan keyakinan klien bahwa mereka bekerja bersama orang-orang yang bisa dan akan menyelesaikan pekerjaannya. Profesionalisme dalam bisnis tidak hanya terbatas pada saat menghadapi klien atau pelanggan, tetapi juga bagaimana membawa diri dalam kehidupan sehari-hari di kantor bersama rekan kerja. Berikut adalah beberapa tips untuk meningkatkan profesionalisme dalam berwirausaha:

- a) Penampilan yang rapi untuk memberikan kesan baik .Pastikan untuk memperhatikan penampilan. Berpakaian rapi, menarik bagi klien maupun pelanggan, dan juga memberikan kesan bahwa anda memiliki profesionalisme.
- b) Sikap yang baik dan etis. Bersikaplah sopan dan bertutur kata dengan baik sepanjang waktu. Sangat penting untuk menampilkan perilaku etis setiap saat untuk menunjukkan profesionalisme.
- c) Dapat diandalkan .Sebagai profesional, selesaikan pekerjaan tepat waktu. Tanggapi permintaan dengan segera dan kerjakan dengan tepat waktu. Tentukan tolok ukur dan penuhilah untuk menunjukkan keandalan.

- d) Kompeten. Jadilah ahli di bidangmu. Lanjutkan pendidikan, hadir seminar, dan teruslah belajar.
- e) Perbaiki komunikasi .Hubungan bisnis dimulai dari komunikasi dan dari sinilah profesionalisme kita akan meninggalkan kesan. Untuk surel, pastikan penulisan bahasa baik dan sopan dengan format penulisan surel yang benar, serta memiliki tanda tangan dan alamat surel profesional.
- f) Etika bertelepon yang baik. Perkenalkan diri anda dengan nama, perusahaan, dan jabatan saat menjawab atau menerima telepon. Jangan mendominasi percakapan, dengarkan dengan seksama dan pahami yang lawan bicara katakan. Jangan menggunakan bahasa informal dan jaga nada bicara. Pastikan staf yang menerima telepon sudah terlatih untuk menjawab telepon dengan baik.
- g) Sikap tenang. Jaga ketenangan meskipun menghadapi situasi sulit. Jika pelanggan atau klien mulai bernada tinggi, jangan bersikap sama. Redakan situasi dengan sikap bijak dan profesional.
- h) Terorganisir. Jaga area anda tetap rapi dan tertata untuk memudahkan mengerjakan tugas. Perbarui jadwal janji dan bawa hanya barang yang dibutuhkan dalam tas anda.
- i) Bertanggung jawab. Bertanggung jawablah atas tindakan anda dengan mengakui kesalahan dan perbaiki sesegera mungkin, serta belajar dari kesalahan.
- j) Miliki situs web yang cerdas. Mintalah beberapa pengembang web untuk mengubah situs web anda dengan desain modern dan fitur yang akan memposisikan anda di puncak situs web yang cerdas.

k) Jangan mengecewakan. Pebisnis profesional tahu bahwa transaksi dengan pelanggan hanya berhasil ketika kedua belah pihak senang. Jadi jika terdapat permasalahan dalam kerja sama bisnis, pastikan anda memberikan kompensasi dan penyelesaian yang tepat, sehingga kedua belah pihak merasa senang dan puas dengan kerja sama tersebut. Mereka yg memiliki keahlian dan ketrampilan dibidangnya jg mendalami dan berkomitmen tinggi atas pekerjaan tersebut. Apabila sudah mantap bekerja profesional maka mindset yang harus ditanamkan adalah bekerjalah sepenuh hati dengan komitmen yang tinggi dan tanggung jawab yang tinggi. Karena mindset seperti itu akan memberikan kinerja pribadi yang baik di perusahaan tempat bekerja. Selain itu, hal tersebut akan memberikan pengalaman yang baik juga karena dari diri sendiri sudah ter-mindset ingin memberikan yang terbaik dan terus belajar, belajar dan belajar dalam pekerjaan.

Profesionalisme pada diri diharapkan dapat membantu perusahaan untuk lebih baik. Profesionalisme berhubungan dengan profesi dan itu adalah kemampuan untuk melakukannya secara profesional. Seseorang yang mempunyai sikap profesionalisme akan menunjukkan kinerja secara maksimal yang diberikan kepada perusahaan. Ada beberapa definisi profesionalisme menurut para ahli, yaitu

1) Hoyle (1975) menjelaskan profesionalisme sebagai strategi yang digunakan oleh karyawan pada suatu pekerjaan dengan tujuan berupaya meningkatkan status, gaji, dan kondisi dan profesionalisme paling baik dapat dipahami dengan kebijakan. Analisis kritis terhadap profesionalisme

tidak hanya menekankan kualitas yang ada dalam suatu pekerjaan tetapi mengeksplorasi nilai layanan yang ditawarkan oleh karyawan kepada perusahaan;

- 2) menurut Boyt et al. (2001) profesionalisme terdiri dari sikap dan perilaku yang dimiliki seseorang terhadap profesinya dan ini berorientasi pada sikap dan perilaku yang dimiliki individu terhadap pekerjaannya.
- 3) Profesionalisme dapat dijelaskan sebagai suatu sikap dan perilaku tertentu dari seorang karyawan yang berhubungan dengan etos organisasi dan memiliki kesimpulan untuk memotivasi individu, bekerjasama dan berinteraksi secara profesional dengan rekan kerjanya (Epstein dan Hundert, 2002)

Indikator profesionalisme menurut Hall (1968) ada lima, yaitu

- a. pengabdian terhadap profesi, artinya profesionalisme adalah sesuatu yang ditunjukkan oleh dedikasi seseorang dengan tujuan untuk menggunakan pengetahuan, keahlian yang dimiliki;
- b. kemandirian, artinya seseorang yang profesional harus mampu membuat keputusannya sendiri tanpa adanya tekanan dari pihak lain;
- c. kewajiban sosial, artinya manfaat yang dirasakan oleh masyarakat maupun karyawan yang profesional dari adanya suatu pekerjaan;
- d. hubungan sesama profesi, artinya dengan adanya profesionalitas memberikan syarat adanya hubungan profesi dari dalam organisasi atau kelompok kolega informasi sebagai sumber ide utama pekerjaan dan dengan adanya hubungan profesi ini para profesional dapat membangun kesadaran terhadap profesinya;
- e. keyakinan terhadap profesi, artinya keyakinan bahwa yang mempunyai hak untuk menilai kinerja yang profesional adalah bukan pihak yang tidak mempunyai kompetensi di bidang ilmu dan pekerjaan mereka.

3). Berusaha Semaksimal Mungkin untuk Memulai Menjalankan Usaha

Ketika menjalankan usaha, seorang wirausaha harus bersungguh-sungguh, bekerja keras serta berkomitmen,serta melakukan pekerjaan dengan serius dan focus terhadap tujuan sekalipun orang tersebut ada di titik terendah. Walaupun

usahanya belum menunjukkan hasil yang diinginkan, tetapi seseorang tersebut tidak akan menyerah dan memiliki keluasan waktu untuk menjalankan usaha baru lebih fokus. Keberhasilan seorang wirausaha dapat terjadi apabila Kerja keras dan ketekunan. Memiliki sikap serius, kerja keras dan tekun merupakan poin penting yang mendukung keberhasilan kewirausahaan, baik untuk usaha kecil maupun usaha besar. Keseriusan akan membawa pada kerja keras, karena setiap orang pasti menginginkan hasil yang maksimal berupa keberhasilan. Selain kerja keras juga kerja cerdas, maksudnya semua yang dikerjakan harus terstruktur dengan tujuan yang jelas pula agar kemudian seluruh kerja bisa dievaluasi.

- Sikap *all out*. Memiliki sikap mental yang “habis-habisan” artinya berusaha semaksimal mungkin, dan tidak cepat menyerah pada keadaan, terutama pada tahun-tahun awal usaha tersebut didirikan.
- Inovatif dan kreatif. Sikap kritis atas lingkungan sekitar akan menciptakan ide-ide baru sehingga akan terbentuk sikap inovatif dan kreatif. Sehingga dengan kreativitasnya seorang wirausaha dapat mengembangkan usahanya.

Luwes dalam menghadapi perubahan. Artinya seorang wirausaha hendaknya tidak bersikap kaku atas perubahan yang terjadi di sekitarnya, dengan selalu mengikuti perkembangan pasar atau produk-produk yang sedang diminati pasar. Seorang wirausaha harus memiliki sifat pekerja keras. Untuk mengembangkan suatu usaha dan juga mempertahankan eksistensinya dibutuhkan sifat kerja keras dan pantang menyerah.

Menurut Tim Pusat Kurikulum Pengembangan Pendidikan Entrepreneurship dalam Bahan Pelatihan Penguatan Metodologi Pembelajaran

Berdasarkan Nilai-nilai Budaya untuk membentuk daya saing dan Karakter Bangsa (2010), Berusaha dalam menjalankan usaha itu yang harus dilakukan adalah

- a) Mandiri . Nilai pertama yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha adalah mandiri karena Wirausaha akan menjalankan bisnisnya sendiri. Walaupun memiliki pegawai, seorang wirausaha tetap harus mengatur usahanya secara mandiri.
- b) Kreatif dan inovatif. Seorang wirausaha juga harus berpikir kreatif dan inovatif dalam menjalankan usahanya. Cara berpikir kreatif dan inovatif membuat wirausaha dapat memanfaatkan peluang dan mengubahnya menjadi suatu keunikan produknya, sehingga memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen.
- c) Berani mengambil risiko . Dalam menjalankan usaha akan selalu ada risiko kegagalan. Namun, seorang wirausaha harus berani membuat keputusan dan mengambil risiko demi kemajuan perusahaan.
- d) Berorientasi pada tindakan. Seorang wirausaha harus memiliki nilai yaitu berorientasi pada tindakan. Artinya, seorang wirausaha tidak boleh hanya merencanakan sesuatu, melainkan harus benar-benar melakukan tindakan untuk mencapai tujuan bisnisnya.
- e) Kepemimpinan. Seorang wirausaha juga harus memiliki nilai kepemimpinan yang baik. Kepemimpinan dibutuhkan wirausaha untuk menjalankan usahanya, mengelola sumber daya, dan juga memimpin karyawannya.

- f) Kerja keras. Seorang wirausaha harus memiliki sifat pekerja keras. Untuk mengembangkan suatu usaha dan juga mempertahankan eksistensinya dibutuhkan sifat kerja keras dan pantang menyerah.
- g) Jujur. Jujur merupakan nilai yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Seorang wirausaha harus jujur agar bisa membangun hubungan yang baik, sehingga bisa membangun jejaring sosial yang luas.
- h) Realistis. Seorang wirausaha juga harus realistis. Artinya, wirausaha harus bertindak secara realistis berdasarkan fakta dan data yang didapat di lapangan. Seorang wirausaha tidak boleh mendahulukan emosinya dan harus berusaha untuk selalu bertindak sesuai dengan realitas.

4).Tekad dan Niat Berwirausaha

Tanpa tekad yang kuat, seseorang tidak akan dapat mencapai apa yang dicita-citakannya. Bahkan dengan tekad, seseorang dapat menjadi apa yang dicita-citakannya walaupun banyak keterbatasan yang dimilikinya. Modal yang sangat penting yang harus dimiliki seseorang untuk dapat mencapai apa yang dicita-citakannya. Sudah menjadi hal yang umum orang ketahui bahwa modal materi sangat penting untuk dapat membuat suatu usaha dapat berdiri. Namun ini hanya langkah awal saja. Kalaupun kita memiliki modal materi yang begitu banyak, namun tidak ada tekad yang kuat untuk membuka usaha, maka hal itu akan sia-sia saja.

Maka tidak heran jika banyak orang yang gagal dalam menjalankan bisnisnya walaupun modal materi sudah banyak ia keluarkan. Karena pada dasarnya modal materi hanyalah alat saja. Ibarat komputer yang canggih dengan spesifikasi yang sangat tinggi, di tangan orang biasa maka tidak akan

kelihatan kehebatannya. Namun jika di tangan orang yang tepat, modal tersebut dapat menjadi sarana kesuksesan berbisnis yang luar biasa. Meski peluang usaha selalu terbuka dengan lebar, namun kita tetap harus jeli dan memiliki kemampuan untuk menemukan peluang yang terbaik di antaranya. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mempertimbangkan banyak hal, seperti: kemampuan dalam menguasai usaha tersebut, peluang berkembang ke depannya, risiko terburuk yang mungkin akan dialami, serta yang tidak kalah penting adalah tekad kita yang kuat. Tidak perlu terburu-buru dalam memilih dan menjalankan usaha. Saat akan menjalankan sebuah bisnis yang baru, maka sangat penting untuk mempertimbangkan segala sesuatunya dengan baik, terutama jika bisnis tersebut melibatkan sejumlah modal yang cukup besar. Tentu kita tidak ingin tabungan masa depan yang sudah kita kumpulkan dengan susah payah harus hilang begitu saja akibat tidak berhasilnya bisnis kita.

Billy Boen (2012) mengemukakan “Tanpa tekad yang kuat seseorang tidak akan dapat mencapai apa yang dicita-citakannya, menjadi seorang wirausaha tidak semata harus memiliki modal yang besar sebab inti dari memulai usaha adalah memiliki tekad yang kuat, keyakinan yang penuh dan mau bekerja keras”. Tanpa tekad dan kerja keras, usaha yang dijalankan tidak akan berjalan dengan optimal. Harta yang terbesar untuk mempertahankan suatu usaha adalah pikiran yang positif, tekad yang kuat, tekun, kerja keras. Dengan memiliki tekad yang besar seorang entrepreneur akan bisa melewati semua tantangan dan hambatan dengan lancar. Berimprovisasi itu bagus, namun lebih bagus lagi jika Anda menjalankan bisnis sesuai dengan action plan yang telah Anda susun sebelumnya. Untuk selalu

berada di jalur yang sudah Anda rancang memang tidak mudah karena akan banyak gangguan yang menggiurkan Anda untuk mencoba. Anda harus memiliki tekad yang benar-benar kuat untuk menjalankan action plan tersebut. Niat wirausaha berasal dari dalam diri seseorang berupa keinginan karena adanya pengaruh baik internal maupun eksternal yang didasarkan pada berbagai pertimbangan-pertimbangan untuk berwirausaha

Tubbs & Ekeberg (1991) “menyatakan bahwa niat berwirausaha adalah representasi dari niat bekerja yang kuat serta tindakan yang direncanakan untuk melakukan perilaku kewirausahaan. Sebelum seseorang memulai suatu usaha (berwirausaha) dibutuhkan suatu komitmen yang kuat untuk mengawalinya”. Jika kita ingin memulai sebuah bisnis/usaha apa pun itu, pastikan niatnya telah cukup. Jangan ada keraguan, jangan ada harapan yang setengah-setengah. Jangan pernah seperti itu. Karena niat yang setengah hati, akan bekerja setengah jiwa. Hasilnya belum tentu sukses. Mereka yang berniat penuh dan bekerja keras pun, belum tentu sukses. Apalagi kalau hanya yang berniat dan bekerja setengah hati. Itu point pertama. Jika memiliki niat berwirausaha setengah-setengah maka hasil yang di dapat juga tidak akan maksimal. Niat berwirausaha merupakan langkah awal dari suatu proses pendirian usaha yang umumnya memiliki manfaat jangka panjang (Lee & Wong, 2004).

Niat berwirausaha didefinisikan sebagai niat seorang individu untuk memulai usaha mereka sendiri dan merupakan prediktor utama dari wirausaha masa depan (Yildirim, Cakir & Askun, 2016). Keputusan untuk menjadi wirausaha dan menciptakan bisnis baru adalah keputusan yang disengaja dan sadar (Wilson, Kickul & Marlino, 2007) yang membutuhkan waktu, perencanaan

dan pemrosesan kognitif tingkat tinggi. Niat kewirausahaan dibentuk atas kombinasi pemikiran rasional dan intuitif seseorang tentang penciptaan usaha, yang masing-masing dipengaruhi oleh faktor kontekstual pribadi dan lingkungan (Shook, Priem & McGee, 2003). Niat kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai kesadaran oleh seorang individu bahwa mereka berniat untuk mendirikan usaha bisnis baru dan berencana untuk melakukannya di masa depan (Thompson, 2009). Pillis & Reardon (2007), mendefinisikan niat wirausaha sebagai "niat untuk memulai bisnis baru".

Singkatnya, niat wirausaha berarti keinginan dan tekad yang menghasilkan keputusan untuk menjadi wirausaha dan menciptakan bisnis baru secara sadar disengaja yang membutuhkan waktu, perencanaan dan pemrosesan kognitif tingkat tinggi untuk memulai usaha di masa yang akan datang. Selanjutnya dijelaskan bahwa niat berwirausaha mencerminkan komitmen seseorang untuk memulai usaha baru dan merupakan isu sentral yang perlu diperhatikan dalam memahami proses kewirausahaan pendirian usaha baru. Niat berwirausaha akhir-akhir ini mulai mendapat perhatian untuk diteliti karena diyakini bahwa suatu niat yang berkaitan dengan perilaku terbukti dapat menjadi cerminan dari perilaku yang se-sungguhnya. Niat berwirausaha menjembatani antara sikap seseorang terhadap kewirausahaan dengan perilaku kewirausahaannya, sehingga niat berwirausaha merupakan variabel tepat untuk memprediksi perilaku kewirausahaannya.

Hal ini dapat dilihat dari banyaknya penelitian tentang kewirausahaan maupun pendidikan kewirausahaan yang menggunakan variabel niat berwirausaha. Michael Lorz (2011) menggunakan variabel niat berwirausaha

karena merupakan variabel yang sangat valid dan mampu menunjukkan dampak dari pendidikan kewirausahaan. Hasil penelitian Saeid Karimi, Harm J.A. Biemans, Thomas Lans, Martin Mulder, dan Mohammad Chizari (2012) menunjukkan bahwa Teori Planned Behavior (TPB) dapat digunakan untuk menyediakan kerangka kerja yang berguna untuk menganalisa bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat kewirausahaan mahasiswa.

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur minat berwirausaha mahasiswa yaitu dengan menjawab sejumlah pertanyaan yang akan dituangkan dalam bentuk angket. Pertanyaan tersebut akan mengindikasikan minat berwirausaha mahasiswa. Indikator yang digunakan untuk mengetahui minat berwirausaha mahasiswa tersebut antara lain adalah kesiapan untuk menjadi seorang wirausaha.

2.1.4.3. Manfaat Minat Berwirausaha.

Menurut (Wuisang, Jerry RH, 2019) “manfaat melakukan wirausaha dapat dirasakan oleh individu yang melakukan kegiatan wirausaha, mereka cenderung bekerja lebih keras, menghasilkan banyak uang dan lebih membanggakan usaha sendiri daripada bekerja di suatu perusahaan besar.” Beliau juga merumuskan manfaat kewirausahaan sebagai berikut:

- a. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri. Seorang pebisnis memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya.
- b. Memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. Pebisnis memanfaatkan bisnisnya guna mewujudkan cita-citanya.
- c. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya. Memiliki usaha sendiri memberikan kekuasaan kepada mereka, kebangkitan spiritual, dan membuat mereka mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri.

- d. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin. Keuntungan berwirausaha merupakan sumber motivasi yang penting bagi seorang pebisnis dalam usahanya sendiri.
- e. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya.

Dalam dunia bisnis, kewirausahaan memang sudah harusnya memiliki peran dalam menumbuhkan ekonomi masyarakat. Tentunya untuk menumbuhkan dan meningkatkan ekonomi tersebut dibutuhkan kerja sama dari berbagai pihak. Di Indonesia sendiri, peranan kewirausahaan banyak yang membawa dampak positif. Tidak hanya di Indonesia, namun di berbagai negara berkembang, memang negaranya banyak yang didorong kewirausahaan. Kewirausahaan mampu berkontribusi dalam transformasi masyarakat dari pendapatan rendah ke pendapatan yang lebih tinggi, serta dari masyarakat sektor primer ke jasa dan teknologi.

2.1.4.4. Karakteristik Minat Berwirausaha.

Menurut (Priansa,2008)'' Karakteristik entrepreneur atau minat berwirausaha berdasarkan ciri dan watak adalah sebagai berikut: Percaya diri''. Sifat-sifat utama tersebut dimulai dari pribadi yang mantap, yaitu tidak mudah terombang-ambing oleh pendapat dan saran orang lain. Akan tetapi, saran dari orang lain jangan ditolak mentah-mentah. Saran tersebut dapat digunakan sebagai masukan untuk mempertimbangkan. Selanjutnya, andalah yang harus memutuskan segera anda harus optimis.

1. Berorientasi pada tugas dan hasil. Seorang entrepreneur tidak mengutamakan prestise dulu, baru kemudian prestasi. Akan tetapi, ia gandrung pada prestasi baru. Setelah berhasil, prestise-nya akan naik.

2. Pengambilan resiko. Anak muda sering dikatakan menyukai tantangan, inilah salah satu faktor yang mendorong anak muda menyukai olahraga yang penuh dengan risiko dan tantangan, seperti panjat tebing, mendaki gunung atau arum jeram.
3. Kepemimpinan. Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri setiap individu. Namun, sekarang sifat kepemimpinan sudah banyak dipelajari dan dilatih. Ini tergantung pada setiap individu dalam menyesuaikan diri dengan organisasi atau orang yang dipimpin.
4. Keorisinalan. Sifat orisinal ini tentu tidak selalu ada pada diri seseorang. Maksud orisinal disini adalah tidak hanya mengekor pada orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orisinal, ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu. Orisinal tidak berarti baru sama sekali, tetapi produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru atau reintegrasi dari komponen-komponen yang sudah ada sehingga melahirkan sesuatu yang baru. Bobot kreatifitas orisinal suatu produk akan tampak sejauh manakah ia berbeda dari pada apa yang sudah ada sebelumnya.
5. Berorientasi ke Masa Depan. Seorang wirausaha haruslah perspektif, mempunyai visi ke depan, apa yang hendak ia lakukan, apa yang ingin ia capai dari apa yang dikerjakannya.

2.1.4.5 Objek Studi Kewirausahaan

Objek studi kewirausahaan adalah nilai nilai dan kemampuan seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku. Menurut Rusdiana(2013:52) menyatakan bahwa kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi:

- a. Kemampuan merumuskan tujuan hidup usaha . dalam merumuskan tujuan hidup usaha diperlukan perenungan,koreksi , yang berulang ulang dibaca dan diamati sampai memahami kemauannya.
- b. Kemampuan memotivasi diri intuk melahirkan suatu tekad kemauan yang menyala nyala
- c. Kemampuan untuk berinisiatif, yaitu mengerjakan sesuatu yang baik tanpa menunggu perintah orang lain , yang dilakukan berulang ulang sehingga menjaadi kebiasaan berinisiatif.
- d. Kemampuan berinovasi ,yang melahirkan kreativitas (daya cipta) setelah dibiasakan berulang ulang akan melahirkan motivasi. Kebiasaan inovatif adalah desakan dalam diri untuk selalu mencari berbagai kemungkinan baru atau kombinasi baru yang dapat dijadikan peranti dalam menyajikan barang dan jasa bagi kemamkmuran masyarakat.
- e. Kemampuan untuk membentuk modal uang atau barang modal
- f. Kemampuan untuk mengatur waktu dan membiasakan diri untuk selalu tepat waktu dalam segala tindakan melalui kebiasaan yang selalu tidak menunda pekerjaan .
- g. Kemampuan mental yang dilandasi agama
- h. Kemampuan untuk membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik ataupun menyakitkan.

2.1.4.6 Upaya Pemerintah dalam Mengembangkan Kewirausahaan

Mahasiswa

Pemerintah berkomitmen untuk terus bekerjasama dengan seluruh *stakeholder*, termasuk civitas akademika dalam mengembangkan ekosistem kewirausahaan. Untuk itu, Pemerintah telah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM yang juga menekankan peran penting lembaga inkubator dalam mendorong pengembangan dan pertumbuhan wirausaha Generasi muda yang berkualitas tinggi memiliki peran penting sebagai *game changer* guna mendorong aktivitas kewirausahaan dan mempercepat penciptaan lapangan kerja. Peningkatan kualitas sumber daya manusia dan transformasi ekonomi juga dilakukan untuk mendorong aktivitas kewirausahaan. Saat ini, rasio kewirausahaan di Indonesia masih rendah, yakni sebesar 3,47% yang didominasi oleh pelaku usaha di usia 25-34 tahun. Kemampuan adaptasi yang tinggi,

kompetitif, berjiwa *entrepreneur*, dan berkarakter merupakan prasyarat utama yang perlu dimiliki oleh generasi muda saat ini, yang diharapkan dapat memanfaatkan talenta digitalnya sehingga tidak hanya berperan sebagai *job seeker*, namun dapat juga menjadi *job creator*. Pemerintah berkomitmen untuk terus bekerjasama dengan seluruh *stakeholder*, termasuk civitas akademika dalam mengembangkan ekosistem kewirausahaan. Untuk itu, Pemerintah telah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM yang juga menekankan peran penting lembaga inkubator dalam mendorong pengembangan dan pertumbuhan wirausaha.

Adapun beberapa hal yang dapat dilakukan pemerintah dalam mengembangkan kewirausahaan mahasiswa yaitu:

- 1) Dicantumkan mata kuliah kewirausahaan dalam kurikulum setiap program studi di perguruan tinggi yang secara kurikulum wajib diikuti oleh semua mahasiswa
- 2) Pengembangan Program Belajar Bekerja Terpadu yaitu program pendidikan yang memadukan belajar dan bekerja seperti karyawan dalam dunia, terutama bagi mahasiswa tingkat akhir
- 3) Kerjasama dengan UMKM
- 4) Pendirian Koperasi Mahasiswa dan
- 5) Pelaksanaan kerja sampingan mahasiswa baik sesuai dengan bidang ilmunya atau sesuai dengan bakat dan hobinya meskipun tidak sesuai dengan bidang ilmunya.

2.2 Penelitian Yang Relevan

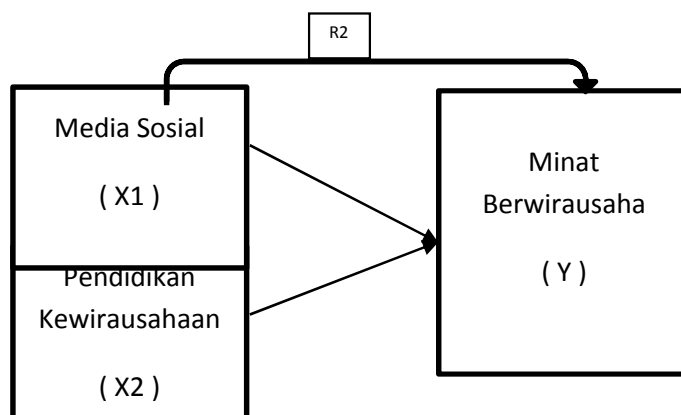
Penelitian yang dilakukan oleh Dian Intan Tangkeallo¹, Randi Tangdialla² dengan judul “Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja .Dari Hasil uji statistik f, diperoleh hasil yaitu f hitung $83.245 > f$ table 3.04 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja. Selanjutnya hasil uji t menunjukkan hasil t hitung $6.509 > t$ table 1.970 pada pendidikan kewirausahaan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang berarti pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Penggunaan media sosial memiliki nilai t 9.247 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai Rsquare 0.416 yang menunjukkan nilai persentase sebesar 41,6% pengaruh variabel pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

Penelitian yang dilakukan oleh Khairun Nisa dengan judul “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Sosial Ekonomi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara” diperoleh F hitung untuk variabel pendidikan berwirausaha dan orang sebesar 102,625 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n - k - 1$ ($95 - 2 - 1 = 92$), diperoleh F tabel 3,10. Jika F hitung $> F$ tabel maka didapat pengaruh yang signifikan antara X1 dan X2

terhadap Y, demikian juga sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X1 dan X2 terhadap Y, didalam hal ini $F_{hitung} 102,625 > F_{tabel} 3,10$. ini berarti pengaruh positif antara pendidikan berwirausaha dan sosial ekonomi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 76 Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas F yakni sig adalah 0,000 sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak ini berarti ada pengaruh positif yang signifikan antara pendidikan berwirausaha dan sosial ekonomi terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

2.3 Kerangka Berfikir

Adapun gambaran kerangka berpikir dari variabel yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut



Kerangka Berpikir Penjelasan:

1. Pengaruh Pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha
2. Pengaruh Pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha
3. Pengaruh Pemanfaatan media sosial dan pendidikan kewirausahaan secara simultan terhadap minat berwirausaha.

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian teori dan kerangka berpikir diatas maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho: Tidak ada hubungan yang positif dan signifikan antara pemanfaatan media sosial Terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nomensen Medan

Ha : Ada hubungan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nomensen Medan

Ho : Tidak ada hubungan antara pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nomensen Medan

Ha : Ada hubungan antara pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nomensen Medan

Ho :Tidak ada hubungan antara penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausaha Secara simultan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nomensen

Ha : Ada hubungan antara penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan secara simultan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FKIP Universitas HKBP Nommensen.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas HKBP Nomensen Medan yang beralamat di Jl. Dr Sutomo No. 4A Medan, Sumatera Utara.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan dilaksanakan pada semester genap Tahun Ajaran 2022/2023.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diteliti dan merupakan sumber data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester VI untuk Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Mahasiswa Semester VIII untuk Program Studi Pendidikan Ekonomi ,FKIP Universitas HKBP Nomensen Medan yang berjumlah 71 orang. Mahasiswa Angkatan 2019 semester VIII dan Mahasiswa Angkatan 2020 semester VI untuk Program Studi Pendidikan Ekonomi dipilih karena dianggap memiliki pola pikir yang paling siap untuk memasuki dunia kerja dan menentukan masa depannya

Tabel 3.1 Populasi Penelitian

Stambuk	Jumlah Populasi	Total
2019	Laki laki : 4 orang Perempuan : 34 orang	38 orang
2020	Laki laki : 2 orang Perempuan : 31 orang	33 orang

(Sumber: Data Mahasiswa Prodi PendidikanEkonomi)

3.2.2 Sample Penelitian

Dalam menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan tabel Krejcie. Krejcie dalam melakukan perhitungan ukuran sampel didasarkan atas kesalahan 5%. Jadi sampel yang diperoleh itu mempunyai kepercayaan 95% terhadap populasi. Maka pengambilan jumlah sampel mengacu berdasarkan pada tabel Krejcie, yaitu dengan jumlah populasi antara 70 sampai 71 maka sampel yang digunakan sebanyak 59. Sehingga dalam penelitian ini dengan jumlah populasi sebanyak 71 mahasiswa, maka sampel yang akan diambil sebanyak 59 mahasiswa. Pengambilan sampel berdasarkan tabel Krejcie berikut ini.

Tabel 3.2 Pengambilan Sampel (Tabel Krejcie)

N	S
10	10
15	14
20	19
25	24
30	28
35	32
40	36
45	40
50	44
55	48
60	52
65	56
70	59
75	63

Keterangan :N = jumlah populasi
S = sampel

3.3 Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel digunakan untuk meminimalisasi terjadinya perbedaan perbedaan pemahaman terhadap variabel variabel penelitian. Adapun variabel variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu variabel bebas (independen variabel) dan variabel terikat (dependen variabel).

3.3.1 Variabel Media Sosial (X_1)

Media sosial merupakan media online yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, berinteraksi, berpartisipasi, berbagi ide, berkolaborasi untuk menciptakan kreasi dan membangun sebuah komunitas.

3.3.2 Variabel Pendidikan Kewirausahaan (X_2)

Pendidikan kewirausahaan adalah pemahaman seseorang mengenai wirausaha dalam melalui gagasan ke dalam dunia nyata secara kreatif dan inovatif dalam mengembangkan peluang usaha menjadi kesempatan usaha.

3.3.3 Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Minat berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan diri, menciptakan usaha baru dengan kemampuan yang ada pada diri sendiri.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Angket dan Kuesioner

Angket dan kuesioner merupakan suatu alat pengumpul informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Jenis angket atau kuesioner ini ada 4, yaitu: kuesioner berstruktur, kuesioner tak berstruktur, kuesioner kombinasi berstruktur, dan tidak berstruktur serta kuesioner semi terbuka.

Disini saya menyusun angket kuesioner jenis terstruktur terbuka. Karena kuesioner ini berisi daftar urutan pertanyaan yang sama untuk semua responden

Tabel 3.3 Jawaban dan Skor Pernyataan

No	Pilihan jawaban	Bobot
1.	Selalu (SL)	4
2.	Sering (SR)	3
3.	Kadang Kadang (KD)	2
4.	Tidak Pernah (TP)	1

(Sumber: Skala Olahan Peneliti)

1). Kisi kisi kuesioner Penggunaan Media Sosial

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pernyataan	Butir
Pemanfaatan media sosial	Partisipasi	a). Penggunaan media	-menanggapi dan dan merespon sesuatu hal	1
			-mendorong kontribusi dan umpan balik	2
			-partisipasi aktif bagi peminat	3
			-berinteraksi lebih cepat	4
			-bersosialisasi dengan yang lain	5
			-berinisiatif dalam suatu kegiatan	6
			-penyertaan pikiran dan emosi pekerja	7
			-pembuat keputusan dalam kelompok	8
			-mengetahui dan mengkaji pilihan	9
			-keterlibatan mental dan emosional suatu kelompok	10
			-ikut serta menanggapi,	11
			-saling merespon	12
			-selalu berkomentar	13
			-Pengembangan proses desentralisasi	14
			-mengidentifikasi masalah dan potensi	15
			-kontribusi sukarela	16
			-pemekaan dalam menanggapi	17
			-inisiatif menggunakan kebebasan	18
			-pemantapan dialog antara satu dengan yang lain	19
			-mengevaluasi perubahan	20
			-memberikan dukungan penuh lewat sosial media	21
			-berbaur dengan partisipan lain	22
			-memberikan dukungan kepada hal yang ingin diikuti	23
			- menggunakan Bahasa yang sopan	24
			-tidak membuli satu sama lain	25

Keterbuk aan	sharing /membagika n informasi	<ul style="list-style-type: none"> -mudah mendapatkan informasi -bersifat terbuka -membagikan segala jenis informasi -dapat melakukan pilihan masing masing -bebas berkomentar -cepat dalam mengakses hal hal baru -sarana voting -menghubungkan kapan dan dimana saja -good governance -kebebasan mengakses informasi -saling menyalurkan pikiran -batasan atau strata bisa dihapus -menjangkau khalayak lebih personal dan komunikatif -media situs ulasan -media jejaring social -media control -pengelolaan informasi public -berbagi hal hal baru -memenuhi kebutuhan -pengelolaan informasi -cepat mendapatkan informasi dari luar -lebih praktis dan modern -sarana voting -mengembangkan masyarakat -pelayanan terbuka 	<ul style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25
Percakap an	Interaksi atau komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> -bersifat informal -saling berkomunikasi -interaksi antar individu -menyampaikan pesan singkat -bebas ide/pendapat maupun kritikan -memiliki arah serta dan tujuan -adanya kesatuan -memiliki makna -individu dapat mengungkapkan dirinya -melibatkan dua partisipan -pertukaran informasi -menyampaikan informasi secara langsung 	<ul style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

			<ul style="list-style-type: none"> -implikatur percakapan -pernyataan implikatif -komunikasi melalui pesan -saling mempengaruhi -membentuk pengetahuan baru -perbincangan global -komunikasi verbal -penyampaian dalam bentuk persuasi -menyajikan informasi -variasikan tingkat abstraksi -pengembangan keterampilan percakapan -kaitan informasi yang baru dengan lama -pertemanan yang banyak 	<ul style="list-style-type: none"> 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25
	Komunitas	Kelompok sosial dalam satu arah	<ul style="list-style-type: none"> -minat dan kesukaan yang sama -ketertarikan dan habitat yang sama -terbentuk dari sekelompok orang -saling berinteraksi secara social -individu yang terbuka -persekutuan hidup -bertukar pikiran -berkomunikasi secara efektif -kesamaan kriteria social -dibentuk untuk mencapai tujuan -memberikan bantuan -relasi pribadi anggota -kesamaan visi dan misi -pergaulan yang luas -memperluas jaringan -saling bertukar informasi -menciptakan ruang public -berbagi pengalaman -mengatasi masalah -membangun karakter dan kepribadian -peluang kerja -penunjang bisnis yang dibangun -bersosialisasi -sarana perencanaan -sarana hiburan 	<ul style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25
	Menghubungkan	Melayani antara pengguna	<ul style="list-style-type: none"> -menciptakan konten -fasilitas link disediakan -merespon dengan kepekaan 	<ul style="list-style-type: none"> 1 2 3

			-menyatu dan melekat	4
			-hubungan formal	5
			-hubungan kompetitif	6
			-hubungan interpersonal	7
			-pemahaman konteks social	8
			-saling bekerja sama	9
			-melayani pemberi dan penerima	10
			-sumber sumber informasi	11
			-menciptakan konten yang sama	12
			-membuat hubungan pertemanan	13
			-kreativitas meningkat	14
			-saling memberi	15
			-beradaptasi dengan yang lain	16
			-saling meng share informasi	17
			-mencakup hubungan dekat	18
			-menyatukan kesamaan	19
			-membuat prediksi satu sama lain	20
			-konteks social	21
			-membangun dorongan	22
			-menghubungkan berita	23
			-saling membutuhkan	24
			-membantu pihak lain	25

(Sumber: Ol
ahan
Peneliti)
2). Kisi kisi
kuesioner
Pendidikan

Kewirausahaan

Variable (X2)	Indikator	Sub indikator	Pernyataan	Butir
	Keinginan	Kemauan yang tinggi	-dapat menciptakan suatu usaha	1
			-dapat menerima tantangan	2
			-berbuat sesuatu	3
			-dapat mengembangkan usaha	4
			-harus menanggung resiko	5
			-memberanikan diri	6
			-memajukan usaha	7
			-mengembangkan usaha	8
			-menanggung resiko	9
			-mengorganisir	10
			-keinginan memiliki sesuatu	11
			-mencari pengalaman	12
			-membuka usaha	13
			-pemusatan perhatian	14
			-menjalankan bisnis	15
			-belajar dari pengalaman	16
			-pengembangan usaha	17
			-dukungan yang tinggi	18
			-sikap dan motivasi	19
			-kesediaan diri	20

			-percaya diri	21
			-realistis	22
			-prestatif	23
			-selalu konsisten	24
			-komitmen yang tinggi	25
	Wawasan	Pengetahuan	-penemuan pengetahuan baru	1
			-menciptakan hal hal baru	2
			-daya pikir terus dilatih	3
			-selalu disiplin	4
			-menciptakan gagasan	5
			-membuat terobosan baru	6
			-berbakat	7
			-kreatif dan inovatif	8
			-daya pikir terus dilatih	9
			-menciptakan hal baru	10
			-memantau informasi terbaru	11
			-menyusus strategi	12
			-visi jangka Panjang	13
			-menumbuhkan motivasi	14
			-inovasi dan kreatifitas yang tinggi	15
			-menganalisis persaingan	16
			-meningkatkan keahlian	17
			-berorientasi kemasa depan	18
			-menciptakan nilai tambah	19
			-extensi pengembangan	20
			-kepemimpinan	21
			-mengatur permodalan	22
			-menyusun operasi	23
			-strategi pemasaran	24
			-menghasilkan pendapatan pribadi	25
	Kesadaran	Motivasi	-kualitas diri diperbaiki	1
			-mengenali segala potensi	2
			-kemauan berkarya	3
			-membuat tujuan usaha	4
			-tekun dan teliti	5
			-memiliki mentalitas	6
			-mempercayai diri sendiri	7
			-mengejar tujuan hidup	8
			-mengasah kemampuan diri	9
			-pengalaman jadikan motivasi	10
			-pantang menyerah	11
			-mental yang kuat	12
			-membudayakan semangat	13
			-tangguh dan unggul	14
			-pengetahuan diri	15
			-potensi diri	16

			-kemampuan komunikasi yang baik	17
			-memiliki kreativitas yang baik	18
			-mengevaluasi diri sendiri	19
			-mengetahui kelemahan	20
			-kembangkan bakat	21
			-optimis	22
			-menerima setiap masukan	23
			-etika usaha yang sehat	24
			-berkarya dan tekun	25

(Sumber : olahan peneliti)

3). Kisi kisi variabel Minat Berwirausaha

Variable (Y)	Indikator	Sub indikator	Pernyataan	Butir
	Kesiapan	Keterampilan	-keterampilan berperilaku mandiri	1
			-kondisi fisik	2
			-ketahanan mental	3
			-pengendalian emosional	4
			-kemampuan menghadapi hal buruk	5
			-berorientasi ke masa depan	6
			-kemampuan mengambil resiko	7
			-keterampilan berwirausaha	8
			-kaya akan ide	9
			-kreatif dan inovatif	10
			-kompeten diri	11
			-strategi dan Teknik	12
			-komitmen diri	13
			-pola mindset	14
			-merubah pola hidup	15
			-mempersiapkan diri	16
			-menyiapkan materi	17
			-kematangan tingkah laku	18
			-berani dalam bersaing	19
			-rasa ingin tahu yang tinggi	20
			-kreatif	21
			-terbuka	22
			-membangun jaringan usaha	23
			-keinginan untuk berkembang	24
			-mampu mempengaruhi orang lain	25
	Profesionalisme	Tanggung jawab	-membuat komitmen yang tinggi	1
			-efisien	2
			-ramah	3
			-pintar	4
			-tepat sasaran	5
			-menyediakan mindset terus belajar	6
			-sikap dan etis	7

			-penampilan -dapat diandalkan -kompeten -cara berkomunikasi -etika -sikap tenang -terorganisir -bertanggungjawab -tidak mengecewakan -berinteraksi secara professional -memotivasi individu -mandiri -etos organisasi -pengabdian profesi -kewajiban social -hubungan sesama profesi -keyakinan terhadap profesi -fokus memecahkan suatu masalah	8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25
	Berusaha	Bekerja keras	-berkomitmen yang kuat -Melakukan pekerjaan dengan serius -bersungguh sungguh -bekerja keras -ketekunan -fokus terhadap tujuan -sikap all out -inovatif dan kreatif -luwes menghadapi sesuatu -kemandirian -Berani mengambil resiko -berorientasi pada Tindakan -kepemimpinan -jujur -disiplin -tanggungjawab -kerja sama -realistis -rasa ingin tahu -komunikatif -konsisten pada tujuan -kemampuan berpikir -kebersamaan mencapai tujuan -menjaga pelayanan -memegang prinsip	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25
	Tekad dan Niat	Percaya diri	-keyakinan yang penuh -bekerja keras	1 2

			-selalu optimism	3
			-mengelola dengan serius	4
			-melewati semua tantangan dengan serius	5
			-bekerja dengan niat yang kuat	6
			-pikiran yang positif	7
			-perencanaan yang matang	8
			-kesadaran individu	9
			-pilih pelaku usaha sebagai panutan	10
			-komitmen yang kuat	11
			-mempertimbangkan dengan baik	12
			-evaluasi dalam diri	13
			-semangat yang tinggi	14
			- mencari hal baru suatu usaha	15
			-pengaruh internal dan eksternal	16
			-memiliki integritas	17
			-rajin menjalankan usaha	18
			-menjalani dengan tekun	19
			-realistis	20
			-cerminan dari perilaku	21
			-langkah awal usaha	22
			-mengumpulkan masukan	23
			-belajar dari masalah	24
			-selalu berpikir positif	25

(Sumber : olahan peneliti)

3.4.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara mencari data mengenai hal hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya (Suharsimi Arikunto,2010:274). Dokumentasi yang didapat diperoleh dari data hasil pelaksanaan usaha atau pencapaian target berwirausaha mahasiswa FKIP Ekonomi Universitas HKBP Nomensen Medan .

3.5 Uji Coba Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kusioner. Suatu kusioner tersebut valid jika pertanyaan pada kusioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu

yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. Maka validitas dapat mengukur apakah dalam pertanyaan kuesioner yang sudah dibuat betul betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur.

Menurut Azwar (2012:105), bahwa akurasi data banyak tergantung pada sejauh mana isi angket tersebut mencakup data yang komprehensif dan relevan dengan tujuan penelitian. Apabila instrumen itu valid, maka instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur. Menurut Arikunto (2010:2011), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Jika instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Uji validitas untuk mengukur tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Dengan demikian, jika instrumen yang telah diuji dinyatakan valid atau sah maka instrumen tersebut yang berupa kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) uji yang reliabilitas adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk memperoleh instrument yang reliable dalam penelitian. Instrument yang reliabel jika $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$ pada taraf signifikan 95% atau $\alpha=5\%$. Namun sebaliknya jika $r^{\text{hitung}} < r^{\text{tabel}}$ maka instrument dikatakan tidak reliabel untuk mempermudah peneliti dalam mengelola data, maka peneliti menggunakan SPSS Versi 22.

3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Media Sosial (X₁)

Dalam mencoba kevalidan pertanyaan pada angket maka peneliti melakukan uji kevaliditasan pada pertanyaan angket kepada mahasiswa FKIP Angkatan 2019 yaitu Prodi Pendidikan Matematika, Pendidikan Agama dan Pendidikan Bahasa Indonesia yang berjumlah 59 Mahasiswa melalui google form dengan $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$ pada taraf signifikan 95% atau $\alpha = 5\%$ (α

=0,05) dan hasil $r_{\text{tabel}}=0,266$ sesuai dengan ketentuan rumus *Pearson Product Moment* yang mana hasil uji validitas angket pada variabel Penggunaan Media Sosial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Penggunaan Media Sosial

No. Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,378	0,266	Valid
2	0,429	0,266	Valid
3	0,425	0,266	Valid
4	0,306	0,266	Valid
5	0,290	0,266	Valid
6	0,236	0,266	Tidak Valid
7	0,262	0,266	Tidak Valid
8	0,277	0,266	Valid
9	0,284	0,266	Valid
10	0,380	0,266	Valid
11	0,382	0,266	Valid
12	0,470	0,266	Valid
13	0,270	0,266	Valid
14	0,314	0,266	Valid
15	0,366	0,266	Valid
16	0,322	0,266	Valid
17	0,377	0,266	Valid
18	0,336	0,266	Valid
19	0,401	0,266	Valid
20	0,282	0,266	Valid
21	0,374	0,266	Valid
22	0,291	0,266	Valid
23	0,287	0,266	Valid
24	0,286	0,266	Valid
25	0,274	0,266	Valid

(Sumber: Olahan Peneliti)

Dari hasil uji validitas angket media sosial (X_1), dari 25 item soal yang di uji penelitian, terdapat 2 soal yang dinyatakan tidak valid karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Dengan demikian maka dilakukan uji realibilitas *Cronbach Alpha* terhadap 23 item angket yang valid. Maka 23 butir pertanyaan dapat dijadikan dalam pengumpulan data. Sedangkan untuk reliabilitas angket digunakan rumus

Cronbach Alpha dengan diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar $0,757 > 0,266$ maka jawaban responden dari mahasiswa pada variabel Penggunaan Media Sosial dapat digunakan untuk penelitian atau dikatakan reliabel.

Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Media Sosial

Cronbach's Alpha	N of Items
757	23

(Sumber: Olahan Data SPSS V 22)

3.5.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Pendidikan Kewirausahaan (X_2)

Dalam mencoba kevalidan pertanyaan pada angket maka peneliti melakukan uji kevaliditasan pada pertanyaan angket kepada mahasiswa FKIP Angkatan 2019 yaitu Prodi Pendidikan Matematika, Pendidikan Agama dan Pendidikan Bahasa Indonesia yang berjumlah 59 Mahasiswa melalu google form dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan 95% atau $\alpha = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) dan hasil $r_{tabel} = 0,266$ sesuai dengan ketentuan rumus *Pearson Product Moment* yang mana hasil uji validitas angket pada variabel Pendidikan Kewirausahaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.9 Hasil Uji Coba Validitas Angket Pendidikan Kewirausahaan (X_2)

No. Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,351	0,266	Valid
2	0,310	0,266	Valid
3	0,343	0,266	Valid
4	0,354	0,266	Valid
5	0,366	0,266	Valid
6	0,218	0,266	Tidak Valid
7	0,373	0,266	Valid
8	0,473	0,266	Valid
9	0,266	0,266	Valid
10	0,301	0,266	Valid
11	0,361	0,266	Valid
12	0,375	0,266	Valid
13	0,299	0,266	Valid

14	0,261	0,266	Tidak Valid
15	0,396	0,266	Valid
16	0,581	0,266	Valid
17	0,399	0,266	Valid
18	0,292	0,266	Valid
19	0,251	0,266	Tidak Valid
20	0,343	0,266	Valid
21	0,307	0,266	Valid
22	0,333	0,266	Valid
23	0,298	0,266	Valid
24	0,323	0,266	Valid
25	0,288	0,266	Valid

Dari hasil uji validitas Pendidikan Kewirausahaan (X_2), dari 25 item soal yang di uji penelitian, terdapat 3 soal yang dinyatakan tidak valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian maka dilakukan uji realibilitas *Cronbach Alpha* terhadap 22 item angket yang valid. Maka 22 butir pertanyaan dapat dijadikan dalam pengumpulan data. Sedangkan untuk reliabilitas angket digunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,757 > 0,266$ maka jawaban responden dari mahasiswa pada variabel Pendidikan Kewirausahaan dapat digunakan untuk penelitian atau dikatakan reliabel.

Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Pendidikan Kewirausahaan

Cronbach's Alpha	N of Items
757	22

(Sumber: Olahan Data SPSS V 22)

3.5.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Berwirausaha (Y)

Dalam mencoba kevalidan pertanyaan pada angket maka peneliti melakukan uji kevaliditasan pada pertanyaan angket kepada mahasiswa FKIP Angkatan 2019 yaitu Prodi Pendidikan Matematika, Pendidikan Agama dan Pendidikan Bahasa Indonesia yang berjumlah 59 Mahasiswa melalu google form dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan 95% atau $\alpha = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) dan hasil $r_{tabel} = 0,266$ sesuai dengan ketentuan rumus *Pearson Product Moment* yang

mana hasil uji validitas angket pada variabel Minat Berwirausaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.11 Hasil Uji Coba Validitas Angket Minat Berwirausaha (Y)

No. Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,379	0,266	Valid
2	0,276	0,266	Valid
3	0,303	0,266	Valid
4	0,268	0,266	Valid
5	0,327	0,266	Valid
6	0,330	0,266	Valid
7	0,414	0,266	Valid
8	0,321	0,266	Valid
9	0,274	0,266	Valid
10	0,425	0,266	Valid
11	0,377	0,266	Valid
12	0,495	0,266	Valid
13	0,471	0,266	Valid
14	0,505	0,266	Valid
15	0,525	0,266	Valid
16	0,356	0,266	Valid
17	0,280	0,266	Valid
18	0,402	0,266	Valid
19	0,514	0,266	Valid
20	0,481	0,266	Valid
21	0,430	0,266	Valid
22	0,476	0,266	Valid
23	0,519	0,266	Valid
24	0,501	0,266	Valid
25	0,440	0,266	Valid

Dari hasil uji validitas angket minat berwirausaha (X_2), dari 25 item soal yang di uji penelitian, terdapat 25 soal yang dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian maka dilakukan uji realibilitas *Cronbach Alpha* terhadap 25 item angket yang valid. Maka 25 butir pertanyaan dapat dijadikan dalam pengumpulan data. Sedangkan untuk reliabilitas angket digunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,786 > 0,266$

maka jawaban responden dari mahasiswa pada variabel Penggunaan Media Sosial dapat digunakan untuk penelitian atau dikatakan reliabel.

Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas Minat Berwirausaha

Cronbach's Alpha	N of Items
786	25

(Sumber: Olahan Data SPSS V 22)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah ada suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Jika suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji one sample kolmogorov smimov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal, sedangkan jika hasil one sample kolmogorov smimov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Ghozali 2016).

3.6.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel x dan y bersifat homogen atau tidak. Kajian ini menggunakan SPSS Versi 22.

Dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti data tersebut homogen

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti data tersebut tidak homogen

3.6.3 Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah:

- a. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah linear.
- b. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah tidak linear.

3.6.4 Regresi Linear Berganda

Sugiyono(2007:262) menyatakan bahwa signifikansi regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Jadi penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh mata media sosial dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Kajian ini menggunakan SPSS Versi 22.

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen, dimana salah satu variabel independen dibuat tetap atau dikendalikan. Kriteria pengujiannya adalah:

1. Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau probabilitas $< \text{tingkat signifikansi (sig} \leq 0,005)$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

2. 2). Apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau probabilitas $>$ tingkat signifikansi ($\text{sig} \geq 0,005$), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh positif dan signifikan.

3.7.2 Uji Simultan(Uji – F)

Uji simultan (Uji-F) digunakan untuk menguji apakah setiap variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara simultan. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Apabila $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$ pada taraf signifikansi 5% artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan.
2. Apabila $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$ pada taraf signifikansi 5% artinya tidak ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan.

3.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk bertujuan mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi menunjukkan besar kecilnya kontribusi variabel bebas dan terhadap variabel terikat , dimana $0 < R^2 < 1$. Bila R^2 semakin mendekati nilai 1 maka menunjukkan semakin kuatnya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat.