



**PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, *SELF*
EFFICACY, DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL MELALUI
MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA MAHASISWA EKONOMI
PEMBANGUNAN UNNES ANGKATAN 2017**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Yusuf Heriyanto

NIM 7101416205

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

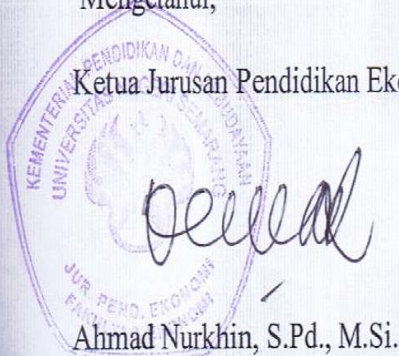
Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : *Jum'at*

Tanggal : *3 Juli 2020*

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si.

NIP. 198201302009121005

Dosen Pembimbing



Dr. Jarot Tri Bowo S., S.Pd., M.Si.

NIP. 197605072008121001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 29 Juli 2020

Penguji I



Dr. Partono Thomas, M.S.

NIP. 195212192018021324

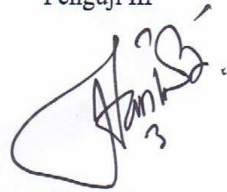
Penguji II



Ahmad Nurkhin, S.Pd, M.Si

NIP. 198201302009121005

Penguji III



Dr. Jarot Tri Bowo S., S.Pd., M.Si.

NIP. 197605072008121001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Heri Yanto, M.B.A., Ph.D.

NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusuf Heriyanto

NIM : 7101416205

Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 26 Februari 1998

Alamat : Jl. Halmahera no. 46 Rt 08/ Rw 11 Kelurahan
Mintaragen, Kecamatan Tegal Timur, Kota Tegal

menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat pada skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Semarang, 3 Juli 2020



Yusuf Heriyanto

NIM. 7101416205

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.” (Q.S. Al Baqarah: 286). “Maka sesungguhnya Bersama dengan kesulitan itu ada kemudahan.” (Q.S. Al Insyirah: 5)

"Allah will not burden someone but according to their ability." (Q.S Al Baqarah: 286). "So, in fact, together with that difficulty, there is convenience." (Q.S. Al Insyirah: 5)

Persembahan

1. Orangtuaku, Bapak Edi Hermanto dan Ibu Nurkhikmah.
2. Kakaku Yusuf Fitriyanto dan Adikku Dinda Kayla Aorora.
3. Keluarga besar, sahabat-sahabatku, dan teman seperjuangan.
4. Guru dan Dosen
5. Almamater Universitas Negeri Semarang.

PRAKATA

Alhamdulillah saya panjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, dan Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017” dalam rangka menyelesaikan studi strata 1 untuk mencapai gelar sarjana pendidikan di Universitas Negeri Semarang. Dalam kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., selaku Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, M.B.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Dr. Jarot Tri Bowo S., S.Pd., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, inspirasi dan motivasi.
5. Dr. Partono Thomas, M.S., selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan bimbingan dan saran pada skripsi saya agar menjadi lebih baik.

6. Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan bimbingan dan saran pada skripsi saya agar menjadi lebih baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ilmunya selama kuliah serta karyawan FE Unnes atas bimbingan dan dukungannya.
8. Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan, doa serta semangat dalam pembuatan skripsi.
9. Teman-teman Pendidikan Akuntansi B 2016, teman-teman PPL SMA Muhammadiyah 1 Semarang , dan teman-teman KKN Ngijo yang telah memberikan pengalaman berharga bagi saya selama studi di Universitas Negeri Semarang.
10. Teman-teman mahasiswa Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Unnes angkatan tahun 2017 yang telah memberikan bantuan dalam pelaksanaan penelitian.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat atas kebaikan yang telah diberikan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juli 2020

Penyusun

SARI

Heriyanto, Yusuf.2020. *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, dan Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017*. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing. Dr. Jarot Tri Bowo Santoso., S.Pd., M.Si.

Kata Kunci : Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, Penggunaan Media Sosial, Motivasi Berwirausaha, Minat Berwirausaha.

Minat berwirausaha adalah aktivitas seseorang karena tertarik terhadap dunia kewirausahaan serta mempunyai keinginan untuk memulai usahanya sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitian menggunakan metode survei dengan angket sebagai instrumen pengumpulan data. Populasi penelitian merupakan seluruh Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017 yang berjumlah 140 mahasiswa. Jumlah sampel sebanyak 104 mahasiswa yang ditentukan berdasarkan rumus *Slovin*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, *path analysis*, dan *sobel test*.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa: ada pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (20,1%), ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha (46%), ada pengaruh tidak signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha (4,4%) ada pengaruh positif dan signifikan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha (28,5%), ada pengaruh tidak signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha (9,7%), ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* terhadap motivasi berwirausaha (26,1%), ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap motivasi berwirausaha (50,7%), ada pengaruh tidak signifikan pendidikan kewirausahaan melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha (2,7%), ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha (7,4%), ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha (14,4%).

Simpulan penelitian ini adalah pendidikan kewirausahaan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, sedangkan secara tidak langsung pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. *Self efficacy* secara langsung dan tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Penggunaan media sosial secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sedangkan secara tidak langsung penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Saran yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu perlunya meningkatkan kualitas pendidikan kewirausahaan, kemampuan *self efficacy*, wawasan mahasiswa tentang kewirausahaan, dan dukungan dari orang-orang terdekat agar mahasiswa dapat meningkatkan minat berwirausaha mereka.

ABSTRACT

Heriyanto, Yusuf.2020. *The Effect of Entrepreneurship Education, Self Efficacy, and Use of Social Media through Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Intention in Development Economics Students of 2017 UNNES. Thesis. Department of Economic Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Supervisor. Dr. Jarot Tri Bowo Santoso, S.Pd., M.Si.*

Keywords : Entrepreneurship Education, Self Efficacy, Use of Social Media, Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Interest.

Entrepreneurial intention is a person's activity because he is interested in the world of entrepreneurship and has a desire to start his own business. This research aims to examine the effect of entrepreneurship education, self efficacy, and the use of social media through entrepreneurial motivation on entrepreneurial intention.

The type of research is quantitative. The research design used a survey method with a questionnaire as a data collection instrument. The study population was all of the 2017 UNNES Development Economics students, totaling 140 students. The number of samples was 104 students who were determined based on the Slovin formula. The sampling technique in this study using simple random sampling technique. The analytical tool in this study using descriptive analysis, path analysis, and sobel test.

Hypothesis test results show that: there is a positive and significant effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention (20.1%), there is a positive and significant effect of self efficacy on entrepreneurial intention (46%), there is insignificant effect of using social media on entrepreneurial intention (4 , 4%) there is a positive and significant effect of entrepreneurial motivation on entrepreneurial intention (28.5%), there is no significant effect of entrepreneurship education on entrepreneurial motivation (9.7%), there is a positive and significant effect of self efficacy on entrepreneurial motivation (26, 1%), there is a positive and significant effect of the use of social media on entrepreneurial motivation (50.7%), there is an insignificant effect of entrepreneurship education through entrepreneurial motivation on entrepreneurial intention (2.7%), there is a positive and significant effect of self efficacy through entrepreneurial motivation on entrepreneurial intention (7.4%), there is a positive and significant effect on the use of social media through entrepreneurial motivation towards entrepreneurial intention (14.4%).

The conclusion of this study is that entrepreneurship education has a positive and significant influence on entrepreneurial intention, while indirectly entrepreneurship education has no significant effect on entrepreneurial intention. Self efficacy directly and indirectly has a positive and significant influence on entrepreneurial intention. Direct use of social media has no significant influence on entrepreneurial intention, while indirectly the use of social media has a positive and significant influence on entrepreneurial intention. Suggestions related to this research are the need to improve the quality of entrepreneurship education, self-efficacy abilities, student insights about entrepreneurship, and support from those closest to them so that students can increase their entrepreneurial intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Cakupan Masalah	15
1.4 Rumusan Masalah	15
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	17
1.7 Orisinalitas Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	19
2.1 Kajian Teori Utama (<i>Grand Theory</i>).....	19
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	19
2.1.2 Teori Motivasi Maslow	24
2.2 Kajian Variabel Penelitian.....	26
2.2.1 Minat Berwirausaha	26
2.2.2 Pendidikan Kewirausahaan.....	29
2.2.3 <i>Self Efficacy</i>	34
2.2.4 Penggunaan Media Sosial.....	37
2.2.5 Motivasi Berwirausaha.....	40

2.3	Kajian Penelitian Terdahulu	42
2.4	Kerangka Berpikir	49
2.4.1	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha	49
2.4.2	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap Minat Berwirausaha	50
2.4.3	Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha	50
2.4.4	Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha	52
2.4.5	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha	53
2.4.6	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap Motivasi Berwirausaha	54
2.4.7	Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Motivasi Berwirausaha	54
2.4.8	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha	55
2.4.9	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha	57
2.4.10	Pengaruh Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha	58
2.5	Hipotesis Penelitian	60
BAB III METODE PENELITIAN		63
3.1	Jenis dan Desain Penelitian	63
3.2	Populasi dan Sampel	63
3.3	Definisi Operasional Variabel	64
3.3.1	Minat Berwirausaha	64
3.3.2	Pendidikan Kewirausahaan	65
3.3.3	<i>Self Efficacy</i>	65
3.3.4	Penggunaan Media Sosial	66
3.3.5	Motivasi Berwirausaha	66
3.4	Teknik Pengumpulan Data	67

3.5	Instrumen Penelitian.....	68
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	72
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	72
3.6.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	76
3.6.3	Uji Sobel.....	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		84
4.1	Hasil Penelitian.....	84
4.1.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	84
4.1.2	Uji Asumsi Klasik.....	93
4.1.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	103
4.1.4	Uji Sobel.....	111
4.2	Pembahasan.....	116
4.2.1	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha.....	116
4.2.2	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap Minat Berwirausaha.....	118
4.2.3	Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha.....	119
4.2.4	Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha.....	121
4.2.5	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha.....	123
4.2.6	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap Motivasi Berwirausaha.....	124
4.2.7	Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Motivasi Berwirausaha.....	125
4.2.8	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha.....	126
4.2.9	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha.....	128
4.2.10	Pengaruh Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha.....	130

BAB V PENUTUP	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	141
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN	153

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES yang sudah memiliki usaha dari tahun 2015 – 2018	5
Tabel 1.2. Jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES yang sudah memiliki usaha pada tahun 2020	6
Tabel 1.3. Alasan paling utama orang menggunakan internet	11
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1. Indikator Variabel Minat Berwirausaha	64
Tabel 3.2. Indikator Variabel Pendidikan Kewirausahaan.....	64
Tabel 3.3. Indikator Variabel <i>Self Efficacy</i>	65
Tabel 3.4. Indikator Variabel Penggunaan Media Sosia.....	65
Tabel 3.5. Indikator Variabel Motivasi Berwirausaha.....	65
Tabel 3.6. Skor Alternatif Jawaban Responden	67
Tabel 3.7. Hasil Uji Validitas	68
Tabel 3.8. Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 3.9. Jenjang Kriteria Variabel Minat Berwirausaha.....	72
Tabel 3.10. Jenjang Kriteria Variabel Pendidikan Kewirausahaan	73
Tabel 3.11. Jenjang Kriteria Variabel <i>Self Efficacy</i>	74
Tabel 3.12. Jenjang Kriteria Variabel Penggunaan Media Sosial	74
Tabel 3.13. Jenjang Kriteria Variabel Motivasi Berwirausaha	75
Tabel 4.1. Deskriptif Analisis Minat Berwirausaha	83
Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha	84
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Indikator Minat Berwirausaha	85
Tabel 4.4. Deskriptif Statistik Pendidikan Kewirausahaan.....	85
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Variabel Pendidikan Kewirausahaan	86
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Indikator Pendidikan Kewirausahaan	87
Tabel 4.7. Deskriptif Analisis <i>Self Efficacy</i>	87
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Self Efficacy</i>	88

Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Indikator <i>Self Efficacy</i>	88
Table 4.10. Deskriptif Analisis Penggunaan Media Sosial.....	89
Tabel 4.11. Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Media Sosial.....	89
Tabel 4.12. Distribusi Frekuensi Indikator Penggunaan Media Sosial.....	90
Tabel 4.13. Deskriptif Analisis Motivasi Berwirausaha	91
Tabel 4.14. Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Berwirausaha.....	91
Tabel 4.15. Distribusi Frekuensi Indikator Motivasi Berwirausaha.....	92
Tabel 4.16. Hasil Uji Linearitas dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen.....	97
Tabel 4.17. Hasil Uji Linearitas dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen	98
Tabel 4.18. Hasil Uji Multikolonieritas dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen.....	99
Tabel 4.19. Hasil Uji Multikolonieritas dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen.....	100
Tabel 4.20. Uji Heteroskedastisitas dengan Variabel Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen.....	101
Tabel 4.21. Uji Heteroskedastisitas dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen.....	101
Tabel 4.22. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen.....	103
Tabel 4.23. R. Square Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen.....	103
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen.....	106
Tabel 4.25. R. Square Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen	106
Tabel 4.26. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor Latar Belakang dari <i>Theory of Planned Behavior</i>	20
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	61
Gambar 3.3. Model Diagram Jalur	78
Gambar 4.1. Grafik Histogram Uji Normalitas dengan Variabel Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen	94
Gambar 4.2. Grafik Normal Probability Plot dengan Variabel Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen	95
Gambar 4.3. Grafik Histogram Uji Normalitas dengan Variabel Motivasi	95
Gambar 4.4 Grafik Normal Probability Plot dengan Variabel Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen	96
Gambar 4.5. Analisis Jalur	110
Gambar 4.6. Hasil Uji Sobel Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha	111
Gambar 4.7. Hasil Uji Sobel Pengaruh <i>Self Efficacy</i> melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha	112
Gambar 4.8. Hasil Uji Sobel Pengaruh Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	154
Lampiran 2. Kisi-Kisi Uji Coba Instrumen Penelitian.....	155
Lampiran 3. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	157
Lampiran 4. Tabulasi Angket Uji Coba	165
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas.....	170
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas	183
Lampiran 7. Kisi – Kisi Instrumen Penelitian	184
Lampiran 8. Instrumen Penelitian.....	186
Lampiran 9. Tabulasi Angket Penelitian.....	194
Lampiran 10. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	209
Lampiran 11. Uji Asumsi Klasik	214
Lampiran 12. Analisis Jalur.....	220
Lampiran 13. Uji Sobel.....	221

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan merupakan salah satu aspek penting untuk meningkatkan sumber daya manusia di Indonesia. Setiap tahun banyak mahasiswa yang telah menyelesaikan pendidikannya baik di perguruan tinggi negeri maupun swasta. Hal tersebut seharusnya dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia dan dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Namun faktanya masih banyak pengangguran di Indonesia karena lowongan pekerjaan yang tersedia tidak mampu menampung calon angkatan tenaga kerja yang setiap tahun semakin bertambah. Pengangguran dan kemiskinan terjadi karena perbandingan antara jumlah penawaran kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan atau penawaran tenaga kerja baru di segala level pendidikan (Pamungkas & Indah, 2017).

Hal tersebut menyebabkan semakin bertambahnya jumlah pengangguran di Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada tahun 2019 setidaknya terdapat 6,82 juta orang menganggur (BPS, 2019). Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran sarjana pada Februari 2019 mencapai 6,24%. Tingkat pengangguran terdidik untuk jenjang diploma mencapai angka 6,89%, sedangkan untuk jenjang sarjana mencapai angka 6,24%. Berdasarkan data tersebut, perguruan tinggi perlu melakukan pembenahan supaya pembelajaran selama perkuliahan mampu mengubah orientasi mahasiswa dari pencari kerja menjadi penyedia lapangan kerja.

Susanto & Burhanuddin (2019) menyatakan bahwa mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya akan dihadapkan pada 3 pilihan, yaitu pilihan untuk menjadi pegawai baik pegawai perusahaan swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau Pegawai Negeri Sipil (PNS). Pilihan kedua menjadi pengangguran intelektual karena sulitnya mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kriteria. Pilihan ketiga adalah membuka usaha sendiri atau berwirausaha. Mengingat masih banyaknya jumlah pengangguran di Indonesia, lulusan perguruan tinggi seharusnya mampu memberikan kontribusi pada negara dengan cara berwirausaha karena seorang wirausahawan berperan sebagai roda penggerak perekonomian sebuah negara. Masyarakat yang berwirausaha memiliki peran penting dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi baik secara mikro untuk memperkecil angka pengangguran maupun secara makro untuk meningkatkan pendapatan perkapita (Kristiadi, dkk., 2016).

Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Ditjen Pendidikan Tinggi (2013) menyatakan “kewirausahaan adalah sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko”. Sedangkan Meiryani & Ilyas (2015) menyimpulkan bahwa *entrepreneurship* atau kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, dan hasilnya berguna bagi orang lain. Aristuti & Widiyanto (2014) mengartikan *entrepreneurship* atau kewirausahaan adalah suatu cara berfikir, menelaah, dan bertindak yang didasarkan pada peluang bisnis, pendekatan holistik, dan

kepemimpinan yang seimbang. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah suatu kemampuan berpikir kreatif dan inovatif serta kepemimpinan yang seimbang untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan hasilnya berguna bagi orang lain dengan didasarkan pada peluang bisnis.

Seorang wirausaha haruslah mempunyai berbagai kemampuan agar menjadi seorang wirausaha yang sukses, akan tetapi yang menjadi permasalahan bukan hanya bagaimana menjadi seorang wirausaha yang berpotensi menjadi sukses. Banyak orang yang sebenarnya memiliki kemampuan untuk menjadi seorang wirausaha yang baik akan tetapi mereka lebih memilih menjadi seorang pegawai di sebuah perusahaan atau instansi atau malah memilih untuk tidak bekerja karena merasa kebutuhannya sudah terpenuhi, jadi masalah awalnya adalah minat untuk menjadi seorang wirausaha yang kurang bahkan dari golongan mahasiswa yang dapat dibilang sudah berpendidikan tinggi.

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (2010) menyebutkan bahwa sebagian besar lulusan perguruan tinggi cenderung memilih sebagai pencari kerja daripada pencipta lapangan pekerjaan. Cara untuk menumbuhkan kesadaran berwirausaha diantaranya adalah dengan mengembangkan minat berwirausaha. Minat tidak dibawa sejak lahir, namun minat tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya. Dalam usaha menumbuhkan minat berwirausaha, maka terlebih dahulu perlu diketahui faktor-faktor yang *mempengaruhi* timbulnya minat tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dapat terus dikembangkan sehingga minat dapat diwujudkan mejadi usaha mandiri.

Menurut Kartika, dkk. (2019) minat adalah suatu rasa lebih menyukai dan rasa keterkaitan terhadap suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang harus menyuruh.. Dengan demikian minat dapat ditumbuhkan dengan menghubungkan seseorang dengan kebutuhannya sehingga timbul keinginan untuk memenuhinya. Mahesa & Rahardja (2012) menguraikan bahwa minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya sendiri. Semakin meningkatnya minat berwirausaha pada mahasiswa diharapkan dapat menambah jumlah pengusaha muda di Indonesia sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara dan mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

Perguruan Tinggi sebagai wadah bagi angkatan kerja terdidik memiliki peran strategis dalam mengatasi masalah pengangguran terdidik. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi wirausaha dengan menerapkan kurikulum kewirausahaan pada masing-masing program studi sebagai bekal mahasiswa untuk berwirausaha. Selain itu, Perguruan Tinggi Negeri (PTN) juga diharapkan memberikan fasilitas permodalan bagi mahasiswa yang ingin memulai atau mengembangkan usaha melalui Program Mahasiswa Wirausaha (PMW).

PMW bertujuan untuk memberikan bekal pengetahuan, keterampilan dan sikap atau jiwa kewirausahaan berbasis IPTEK kepada para mahasiswa (Aninda, 2016). Universitas Negeri Semarang (UNNES) merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang telah membekali para mahasiswanya untuk menjadi wirausaha

melalui pendidikan kewirausahaan. Selain itu, UNNES juga memberikan wadah untuk menerapkan pendidikan wirausaha yang diperoleh mahasiswa melalui praktik kewirausahaan yang sebenarnya dengan memanfaatkan ide dan kreativitasnya. Sehingga melatih mahasiswa memiliki mental berwirausaha dan mendorong untuk berwirausaha setelah mereka lulus nanti.

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah wirausaha tahun 2015 - 2018 mahasiswa Fakultas Ekonomi Unnes dengan rincian data sebagai berikut :

Tabel 1.1. Jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES yang sudah memiliki usaha dari tahun 2015 – 2018.

No	Jurusan	Jumlah Mahasiswa yang Berwirausaha
1	Akuntansi	27
2	Manajemen	38
3	Pendidikan Ekonomi	26
4	Ekonomi Pembangunan	9
Jumlah		103

Sumber: Data Hipmi PT UNNES, 2019

Tabel 1.1. menunjukkan bahwa dari tahun 2015 sampai tahun 2018 jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Unnes yang berwirausaha sebesar 103 mahasiswa. Dari data tersebut bisa dilihat bahwa jumlah mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan yang berwirausaha lebih sedikit dibandingkan dengan jurusan lainnya.

Pada observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di Fakultas Ekonomi UNNES, peneliti memperoleh data mahasiswa jurusan non-kependidikan Fakultas

Ekonomi UNNES angkatan tahun 2017 yang sudah mempunyai usaha adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2. Jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES yang sudah memiliki usaha pada tahun 2020

No	Jurusan	Wirausaha
1	Manajemen	9
2	Akuntansi	5
3	Ekonomi Pembangunan	4
Jumlah		18

Sumber : Observasi awal FE UNNES, 2020

Tabel 1.2. menunjukkan jumlah mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan yang sudah mempunyai usaha masih tergolong sedikit jika dibandingkan dengan jurusan non-kependidikan lainnya. Dalam mengatasi permasalahan seperti ini perlu dilakukan kerjasama kolaborasi antara perguruan tinggi sebagai penyelenggara pendidikan, mahasiswa sebagai pelaku usaha dan pemerintah maupun pihak swasta yang bergerak di bidang tersebut. Persepsi mahasiswa mengenai profesi wirausahawan harus diperkuat lagi sehingga dapat menjadi dorongan positif bagi mahasiswa untuk mulai berwirausaha sejak masa kuliah, karena kemungkinan setelah lulus akan melanjutkan usaha yang sudah dirintisnya.

Mata Kuliah Kewirausahaan pada Universitas Negeri Semarang diberikan kepada mahasiswa dengan tujuan untuk mengembangkan motivasi ataupun jiwa kewirausahaan diri mahasiswanya diharapkan dapat meningkatkan minat mahasiswanya untuk berwirausaha. Tanpa melalaikan tugasnya untuk menghasilkan tenaga pendidik, universitas yang terkenal dengan ilmu pendidikan

atau keguruannya ini diharapkan juga mampu menghasilkan lulusan yang ikut serta mensejahterakan masyarakat dan meningkatkan perekonomian bangsa kita dengan berwirausaha. Sebagai penyelenggara pendidikan, Universitas Negeri Semarang telah menetapkan Mata Kuliah Kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib yang harus ditempuh mahasiswa di semua program studi supaya wawasan mahasiswa mengenai kewirausahaan mereka dapat berkembang.

Dorahman & Sa'odah (2019) menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan harus diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri yang independen yang terpisah dari ilmu – ilmu yang lain Pendidikan kewirausahaan berisi bidang pengetahuan yang utuh dan nyata, yang mana terdapat teori, konsep dan metode ilmiah yang lengkap. Dalam pelaksanaannya, pendidikan kewirausahaan memiliki dua konsep yaitu posisi permulaan dan didikan manajemen umum yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha.

Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan tetapi membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir (mindset) seorang wirausahawan (*entrepreneur*). Hal ini merupakan investasi modal manusia untuk mempersiapkan para mahasiswa dalam memulai bisnis baru melalui integrasi pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan penting untuk mengembangkan dan memperluas sebuah bisnis. Pendidikan kewirausahaan juga dapat meningkatkan minat para mahasiswa untuk memilih kewirausahaan sebagai salah satu pilihan karir selain pilihan karir menjadi pegawai swasta, PNS, atau pegawai BUMN di mana secara signifikan dapat mengarahkan sikap, perilaku, dan minat ke arah kewirausahaan. Namun hal tersebut tidak terlihat pada mahasiswa

Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang. Berdasarkan data dari Hipmi PT Unnes pada tahun 2019 dan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti ditemukan sebuah fenomena jumlah mahasiswa yang sudah mempunyai usaha pada jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang lebih sedikit dibandingkan dengan jurusan yang lain. Hal ini berarti bahwa mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang masih belum berminat untuk berwirausaha meskipun sudah menempuh mata kuliah pendidikan kewirausahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Sukanti (2016) yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nurikasari (2016) pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Seorang wirausahawan tentu membutuhkan efikasi diri. Efikasi diri dipandang sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk melakukan serangkaian tindakan dalam situasi tertentu (Astarini, 2015). Ada kalanya, seseorang tidak berkeinginan untuk melakukan sesuatu pekerjaan karena tidak memiliki keyakinan bahwa dirinya mampu dan akan berhasil melakukan hal tersebut. Sebelum memulai atau membuka usaha tentu diperlukan keyakinan yang kuat dari dalam diri (efikasi diri) terhadap kemampuan yang dimilikinya agar bisa memperoleh keberhasilan.

Menurut Marini & Hamidah (2014) ada beberapa faktor yang mempengaruhi *self efficacy*, salah satu diantaranya adalah usia. Individu yang lebih tua cenderung

memiliki rentang waktu dan pengalaman yang lebih banyak dalam mengatasi suatu hal yang terjadi jika dibandingkan dengan individu yang lebih muda, yang mungkin masih memiliki sedikit pengalaman dan peristiwa-peristiwa dalam hidupnya. Individu yang lebih tua akan lebih mampu dalam mengatasi rintangan dalam hidupnya dibandingkan dengan individu yang lebih muda, hal ini juga berkaitan dengan pengalaman yang individu miliki sepanjang rentang kehidupannya.

Seseorang yang memiliki efikasi diri akan cenderung bekerja lebih keras dan tidak mudah menyerah dalam mewujudkan keinginannya untuk berwirausaha. Namun hal ini tidak terlihat pada mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan UNNES. Berdasarkan data yang diperoleh dari HIPMI PT UNNES pada tahun 2019 dan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa jumlah mahasiswa yang sudah mempunyai usaha pada jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang lebih sedikit dibandingkan dengan jurusan lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan *self efficacy* atau efikasi diri sangatlah penting bagi mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang. Mahasiswa yang memiliki efikasi diri yang baik tentu akan mengetahui sejauh mana kemampuan yang ia miliki mengenai kewirausahaan sehingga dapat menumbuhkan minat berwirausaha dalam dirinya. Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa efikasi diri mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Sa'adah & Mahmud, 2019). Hal yang serupa juga ditemukan oleh Marini & Hamidah (2014) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha.

Pada era digitalisasi saat ini mungkin apapun bisa dikaitkan dengan internet. Mulai dari bermain, belajar, membaca, mengikuti berita terbaru, bersosialisasi, hingga berjualan produk pun bisa melalui internet. Jadi dapat disimpulkan bahwa hampir semua aktivitas sehari-hari kita tidak luput dari penggunaan internet. Jaringan internet merupakan jaringan komputer yang mampu menghubungkan komputer di seluruh dunia, sehingga informasi dalam berbagai jenis dan dalam berbagai bentuk dapat dikomunikasikan antar belahan dunia secara instan dan global (Hasanah & Setiaji, 2019).

Di negara Indonesia sendiri, penggunaan dan pengembangan internet telah meningkat begitu pesat. Internet menjadi suatu trend yang berkembang sangat cepat. Total pengguna internet di Indonesia mencapai 55 juta orang per Desember 2011 atau sekitar 22,1 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan pengguna internet telah bertumbuh lebih dari 1.000 persen dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, dimana di tahun 2010 jumlah penggunanya hanya 2 juta.

Penggunaan internet di Indonesia tiap tahun selalu mengalami peningkatan. Penggunaan internet sendiri tidak terbatas usia, pekerjaan, maupun status. Setiap orang tentu menggunakan internet dengan tujuannya masing – masing dan tentunya alasan penggunaan internet antara individu yang satu dengan yang lainnya berbeda. Mereka mempunyai alasan masing – masing dalam penggunaan media sosial. Berikut ini merupakan alasan paling utama menggunakan internet menurut hasil survei yang dilakukan oleh Polling Indonesia dan APJII pada tahun 2018.

Tabel. 1.3. Alasan paling utama orang menggunakan internet

Alasan	Presentase (%)
Komunikasi Lewat Pesan	24,7
Sosial Media	18,9
Mencari Informasi Terkait Pekerjaan	11,5
Mencari Data Terkait Sekolah/Kuliah	9,6
Mengisi Waktu Luang	6,5
Bermain Game Online	5,7
Membaca Berita di Medsos	5,5
Nonton film dan Video	5
Mencari Informasi Produk	2,8
Jualan Online	2,4
Tuntutan Pekerjaan	2,2
Musik	1,3
Belanja Online	0,9
Akses Terhadap Layanan Publik	0,4
Takut Tidak Update Peristiwa	0,3
Pesan Transportasi Online	0,2
Tranding	0,2
Transfer Uang Online	0,1
Bayar Tagihan Secara Online	0,1
Lainnya	0,9
Tidak Tahu	0,2
Tidak Jawab	0,6

Sumber : Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet oleh APJII dan POLLING INDONESIA tahun 2018

Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan informasi, tetapi juga banyak digunakan sebagai media penggerak perekonomian bagi para pengusaha. Ketika seseorang mampu menggunakan media sosial untuk tujuan berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha. Sehingga dengan adanya media sosial sekarang ini seseorang dapat memanfaatkan dan memiliki peran penting dengan cara berwirausaha melalui jejaring sosial seperti facebook, twitter, dan LinkedIn dapat dengan mudah mempromosikan barang dan

jasa melalui sosial media sehingga dapat dengan mudah memulai bisnis atau sebuah usaha baru.

Media sosial memiliki peranan penting dalam kewirausahaan, dengan memiliki sosial media dapat membantu menemukan konsumen baru dan dapat memperluas pasar sehingga dimanapun kita berada baik dalam negeri atau luar negeri, dengan hanya memanfaatkan sosial media penjual dengan calon konsumen akan tetap bertemu melalui transaksi chatting pada jejaring sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Afriani (2016) menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan beberapa temuan penelitian yang telah diuraikan diatas, terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian pada variabel pendidikan kewirausahaan. Sehingga peneliti memasukan variabel motivasi berwirausaha yang diduga dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Menurut TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (2005) bahwa faktor penentu utama minat yaitu keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Dalam TPB, motivasi berwirausaha termasuk dalam *normative beliefs* atau kepercayaan normatif.

Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi young entrepreneur (Hendrawan & Sirine, 2017). Kebanyakan orang yang berhasil di dunia ini mempunyai motivasi yang kuat untuk mendorong setiap tindakan-tindakan mereka. Leuhery (2019) menjelaskan bahwa motivasi dalam kewirausahaan meliputi motivasi yang diarahkan untuk mencapai tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Hal yang menjadi

motivasi mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES Angkatan 2017 untuk berwirausaha adalah alasan kebutuhan dan keuangan. Mereka membutuhkan uang untuk mencukupi kebutuhan sehari – hari dan kebutuhan dalam perkuliahan.

Berdasarkan *phenomena gap* dan *research gap* yang telah diuraikan di atas, peneliti menganggap bahwa variabel motivasi berwirausaha dapat dijadikan sebagai variabel yang memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Karena motivasi berwirausaha pada dasarnya memiliki karakteristik yang sama dengan variabel niat pada TPB. Hubungan variabel motivasi berwirausaha dengan variabel independen yang terdiri dari variabel pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial akan mempengaruhi variabel dependen yaitu minat berwirausaha. Semakin tinggi pendidikan kewirausahaan yang diterima oleh mahasiswa, semakin tinggi kemampuan *self efficacy* mahasiswa, dan semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial jika dimediasi dengan motivasi berwirausaha yang tinggi maka akan mendorong minat berwirausaha mahasiswa. Sebaliknya, jika pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial rendah dimediasi oleh motivasi berwirausaha yang rendah pula maka mahasiswa yang berminat berwirausaha akan semakin sedikit.

Peneliti tertarik menjadikan Jurusan Ekonomi Pembangunan UNNES sebagai lokasi penelitian karena mahasiswa ekonomi pembangunan sudah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan pada saat semester 2. Selain itu peneliti juga ingin memberikan informasi kepada pihak jurusan dan dosen tentang pentingnya mata kuliah kewirausahaan terutama pada jurusan ekonomi pembangunan dan

pentingnya meningkatkan *self efficacy* serta pemanfaatan penggunaan media sosial yang bijak, sehingga pihak jurusan dapat membuat kebijakan yang tepat guna mendapatkan lulusan-lulusan sarjana yang tidak bergantung pada pekerjaan yang sudah tersedia, akan tetapi mampu menciptakan lapangan usaha baru sehingga dapat membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah pengangguran.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pamungkas & Indah (2017), karena penelitian ini menambahkan satu variabel independen yaitu penggunaan media sosial. Variabel independen yang digunakan yaitu pendidikan kewirausahaan, *self-efficacy*, dan penggunaan media sosial. Peneliti juga menambahkan variabel intervening dalam penelitian ini, variabel intervening yang dimaksud yaitu motivasi berwirausaha.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu seperti yang sudah diuraikan di atas, maka perlu diadakan penelitian dengan judul “**Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy* dan Penggunaan Media Sosial Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Peningkatan yang signifikan pada jumlah penduduk di Indonesia tidak diikuti dengan peningkatan jumlah lapangan pekerjaan sehingga mengakibatkan pengangguran.

2. Tenaga kerja di Indonesia lebih cenderung memilih di sektor formal jika dibandingkan dengan membuka usaha sendiri
3. Banyak sarjana yang setelah lulus memilih untuk sibuk mempersiapkan diri melakukan berbagai macam tes yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah maupun dari perusahaan swasta dibandingkan menjadi pencipta lapangan pekerjaan. Hal ini telah menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk terjun dalam dunia wirausaha rendah.
4. Pengaruh pendidikan kewirausahaan sangat penting dalam meningkatkan minat seseorang dalam berwirausaha.
5. Pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh pada mata kuliah kewirausahaan kurang dapat di dimaksimalkan oleh mahasiswa karena mahasiswa lebih berorientasi pada nilai saja, namun tidak menjadikan mata kuliah kewirausahaan sebagai momentum dalam memenuhi suatu usaha.
6. Dalam minat berwirausaha seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor efikasi diri untuk memulai suatu usaha.
7. Media sosial dapat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang.
8. Tingginya tingkat motivasi juga dapat berperan meningkatkan minat berwirausaha.

1.3 Cakupan Masalah

Berdasarkan data diatas faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yang dilakukan oleh mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES tahun 2017, dalam pembatasan ruang lingkup masalah yang terdapat pada penelitian diatas tersebut dibatasi pada pengaruh pendidikan kewirausahaan, efikasi diri dan media sosial

melalui motivasi berwirausaha dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES tahun 2017.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa ada pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017?
2. Apa ada pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017?
3. Apa ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017?
4. Apa ada pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017?
5. Apa ada pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017?
6. Apa ada pengaruh *self efficacy* terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017 ?
7. Apa ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017 ?
8. Apa ada pengaruh pendidikan kewirausahaan melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017 ?

9. Apa ada pengaruh *self efficacy* melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017?
10. Apa ada pengaruh penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017 ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan, efikasi diri, dan penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES angkatan tahun 2017.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam mempelajari pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun 2017.
- b. Dapat menjadi bahan dasar kajian untuk penelitian lebih lanjut dan mendalam dengan permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Dosen

Dapat digunakan sebagai informasi tentang pentingnya mata kuliah kewirausahaan terutama pada jurusan ekonomi pembangunan, guna mendapatkan lulusan-lulusan sarjana yang tidak bergantung pada pekerjaan yang sudah tersedia, akan tetapi mampu menciptakan lapangan usaha baru sehingga dapat membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah pengangguran.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan mahasiswa untuk referensi penelitian selanjutnya terkait minat berwirausaha.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy* dan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha.

1.7 Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pamungkas & Indah (2017), karena penelitian ini menambahkan satu variabel independen yaitu penggunaan media sosial. Variabel independen yang digunakan yaitu pendidikan kewirausahaan, *self-efficacy*, dan media sosial. Peneliti juga menambahkan variabel intervening dalam penelitian ini, variabel intervening yang dimaksud yaitu motivasi berwirausaha. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES tahun 2017.

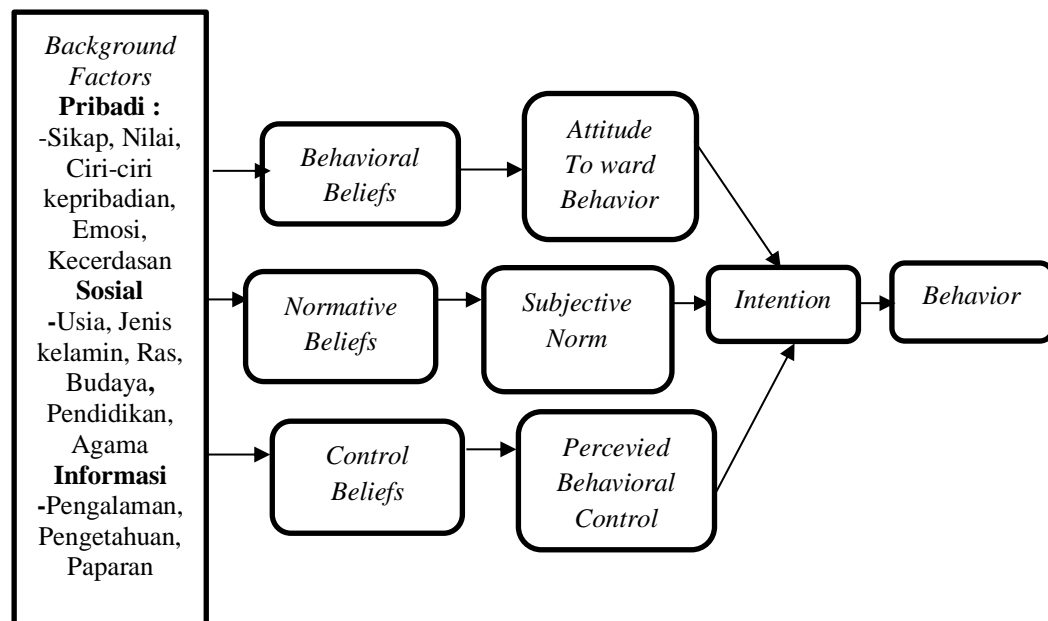
BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Teori Utama (*Grand Theory*)

2.1.1 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory Reasoned Action* (TRA). Menurut TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (2005) bahwa faktor penentu utama minat yaitu keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Keyakinan seseorang dapat dipengaruhi oleh banyak variabel, diantaranya yaitu: usia, jenis kelamin, budaya, status sosial ekonomi, pendidikan, kebangsaan, agama, kepribadian, emosi, sikap, nilai kecerdasan, pengalaman dimasa lalu, dan paparan informasi. Faktor latar belakang tersebut dibagi kedalam tiga kategori yaitu: 1) faktor pribadi yang terdiri atas sikap, nilai, ciri – ciri kepribadian, emosi, dan kecerdasan; 2) faktor sosial yang terdiri dari atas usia, jenis kelamin, budaya, pendidikan, agama; 3) faktor informasi yang terdiri atas pengalaman, pengetahuan, dan paparan informasi. Seluruh faktor tersebut dapat mempengaruhi pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan media sosial yang dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha.



Sumber : Ajzen, 2005

Gambar 2.1 Faktor Latar Belakang dari *Theory of Planned Behavior*

Berdasarkan gambar 2.1. TPB menyatakan bahwa perilaku yang ditampilkan oleh seseorang timbul karena tiga macam kepercayaan yaitu sebagai berikut.

1. Kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*)

Kepercayaan perilaku yaitu kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku. Kepercayaan perilaku akan menghasilkan suatu sikap menyukai atau tidak menyukai terhadap perilaku (Jogiyanto, 2007). Hal tersebut dalam TPB dikenal dengan sebutan sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*).

2. Kepercayaan normatif (*normative beliefs*)

Kepercayaan normative (*normative beliefs*) yaitu kepercayaan tentang ekspektasi normatif dari orang lain yang dijadikan motivasi untuk menyetujui ekspektasi-ekspektasi tersebut. Kepercayaan normatif menghasilkan tekanan sosial atau norma subjektif (*subjective norms*) (Ajzen, 1991).

3. Kepercayaan kontrol (*control belief*)

Kepercayaan kontrol yaitu kepercayaan tentang keberadaan faktor-faktor yang akan memfasilitasi atau merintangai kinerja dari perilaku dan kekuatan persepsian dari faktor-faktor tersebut. Keyakinan bahwa suatu perilaku dapat dilaksanakan menjadi dasar munculnya persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991).

Sikap terhadap perilaku, norma-norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku secara bersama-sama akan mengakibatkan niat untuk berperilaku (*behavioral intention*) dan selanjutnya akan menimbulkan perilaku. Lebih lanjut, berikut merupakan penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk berperilaku.

1. Sikap terhadap Perilaku

Ajzen (2005) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku. Secara singkat, sikap merupakan evaluasi perasaan atau kepercayaan positif atau negatif dari suatu keyakinan. Lebih lanjut sikap dilakukan sehubungan dengan beberapa aspek dunia individu, seperti orang lain, objek fisik, perilaku dan kebijakan (Ajzen & Fishbein, 1977).

2. Norma Subjektif

Norma subjektif merujuk pada persepsi individu dari tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Norma subjektif merupakan perasaan atau dugaan seseorang terhadap harapan dari orang-orang yang ada disekitarnya (Bagley, dkk, 2012). Kondisi yang ada dalam lingkungan

sosial individu tersebut juga akan memunculkan suatu norma subjektif.

3. Persepsi Kontrol Perilaku

Persepsi kontrol perilaku adalah persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya dalam melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Persepsi kontrol perilaku ini dapat berasal dari pengalaman masa lalu maupun perkiraan mengenai halangan-halangan yang mungkin terjadi (Jogiyanto, 2007). Seseorang dalam merencanakan suatu perilaku tertentu cenderung mempertimbangkan mudah atau sulitnya dalam melakukan perilaku yang sudah direncanakan tersebut, baik pertimbangan jangka pendek maupun pertimbangan jangka panjang.

Pendidikan berkaitan dengan faktor latar belakang termasuk kedalam faktor sosial. Pendidikan dalam hal ini berkaitan dengan pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan berkaitan dengan faktor latar belakang, yaitu faktor informasi. Dalam TPB, pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang yang termasuk dalam kategori *behavioral belief*. Behavioral belief berkaitan dengan kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku. Menurut Wibowo (2013) pendidikan kewirausahaan merupakan upaya menginternalisasikan jiwa dan mental baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, training, dan nilai kewirausahaan yang akan membentuk karakter dan perilaku untuk berwirausaha agar kelak dapat mandiri dalam bekerja atau mandiri usaha.

Self efficacy berkaitan dengan latar belakang termasuk ke dalam faktor pribadi atau dari dalam diri seseorang. *Self efficacy* dalam TPB termasuk berkaitan dengan *control belief*. *Self efficacy* merupakan penilaian seseorang terhadap dirinya

sendiri atau tingkat keyakinan mengenai seberapa besar kemampuannya dalam mengerjakan suatu tugas tertentu untuk mencapai hasil tertentu (Marini & Hamidah, 2014). Efikasi diri diduga akan mempengaruhi *self regulated learning*. Orang yang memiliki efikasi diri yang cukup tinggi atau percaya akan kemampuan dirinya sendiri akan lebih tenang dan rasional dalam menghadapi sebuah permasalahan atau kendala dan hal tersebut akan berpengaruh terhadap hasil yang akan dicapai.

Faktor informasi yang terdiri atas pengalaman, pengetahuan, dan paparan informasi dapat mempengaruhi minat seseorang. Media sosial termasuk kedalam faktor informasi karena di dalam media sosial terdapat pengetahuan, pengalaman, serta paparan informasi yang bisa didapatkan oleh seseorang. Ketika seseorang mampu menggunakan media sosial untuk tujuan berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha.

Motivasi berwirausaha termasuk dalam *normative beliefs* atau kepercayaan normatif. Kepercayaan normatif yaitu kepercayaan tentang ekspektasi normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi-ekspektasi tersebut. Jika faktor latar belakang disertai dengan motivasi berwirausaha yang tinggi, maka minat berwirausaha mahasiswa semakin meningkat. Sebaliknya, jika faktor latar belakang disertai dengan motivasi berwirausaha yang rendah, maka minat berwirausaha mahasiswa juga akan semakin berkurang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha dapat dijadikan sebagai perantara seseorang dalam meningkatkan keyakinan seseorang yang menjadi faktor utama penentu minat, dalam hal ini minat berwirausaha.

2.1.2 Teori Motivasi Maslow

Teori ini diperkenalkan oleh Abraham Harold Maslow pada 1943 melalui makalahnya yang berjudul *A Theory of Human Motivation*. Abraham Maslow merupakan pakar teori kebutuhan manusia yang menjelaskan konsep motivasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Berdasarkan berbagai kebutuhan tersebut Maslow kemudian menyusun sebuah teori yang dinamakan Teori Motivasi Manusia. Maslow menganggap bahwa variasi kebutuhan manusia tersusun dalam bentuk yang hierarki atau berjenjang dimana setiap manusia termotivasi untuk memuaskan kebutuhan – kebutuhan dari hierarki paling bawah sebelum mencapai hierarki paling atas.

Hierarki kebutuhan dalam Teori Kebutuhan Maslow adalah sebagai berikut.

1. Kebutuhan akan rasa aman (*safety and security needs*)

Kebutuhan rasa aman mengarah pada dua bentuk, yaitu kebutuhan keamanan jiwa dan kebutuhan keamanan harta. Kebutuhan rasa aman meliputi kebutuhan perlindungan, keamanan, hukum, kebebasan dari rasa takut, dan kecemasan. Maslow berpandangan bahwa kebutuhan rasa aman sudah dirasakan oleh individu sejak individu tersebut mengeksplorasi lingkungannya. Selain itu Maslow menyatakan bahwa kebutuhan akan rasa aman tidak hanya keamanan fisik, melainkan juga keamanan psikologis.

2. Kebutuhan sosial (*social needs*)

Kebutuhan sosial sangat erat kaitannya dengan kebutuhan untuk memiliki dan dimiliki. Kebutuhan sosial meliputi kebutuhan akan

dicintai, diperhitungkan secara pribadi, diakui sebagai anggota kelompok, rasa setia kawan, kerjasama, dan lain sebagainya.

3. Kebutuhan penghargaan (*esteem needs*)

Ketika ketiga kebutuhan di atas relatif terpuaskan, kekuatan motivasi individu mulai melemah dan diganti dengan motivasi harga diri atau penghargaan. Motivasi harga diri dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut.

- a. Menghargai diri sendiri: kebutuhan kekuatan, penguasaan kompetensi, prestasi, kepercayaan diri, kemandirian, dan kebebasan.
- b. Mendapat penghargaan dari orang lain: kebutuhan prestise, penghargaan dari orang lain, status, ketenaran, dominasi, menjadi orang penting, kehormatan, diterima dan diapresiasi.

Pendidikan kewirausahaan merupakan kebutuhan yang berkenaan dengan kebutuhan menghargai diri sendiri berupa keinginan untuk menguasai suatu kompetensi. *Self efficacy* juga sebagai kebutuhan yang berkenaan dengan kebutuhan menghargai diri sendiri berupa kepercayaan diri dan kemandirian. Penggunaan media sosial termasuk kedalam kebutuhan sosial dimana individu dapat memanfaatkan media sosial untuk menjalin pertemanan dan bermasyarakat. Selain sebagai kebutuhan sosial, media sosial juga termasuk kedalam kebutuhan rasa aman dimana setiap individu membutuhkan keamanan dalam mengeksplorasi diri maupun lingkungannya.

2.2 Kajian Variabel Penelitian

2.2.1 Minat Berwirausaha

2.2.1.1 Pengertian Minat

Menurut Kartika, dkk. (2019) minat adalah suatu rasa lebih menyukai dan rasa keterkaitan terhadap suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang harus menyuruh. Hamdi & Rahim (2019) mengatakan bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Menurut Sarlin & Mursid (2019) minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Para ahli psikologi membedakan dua jenis minat yaitu :

1) Minat situasional

Minat yang dipicu secara temporer oleh sesuatu di lingkungan sekitar

2) Minat pribadi

Minat yang bersifat jangka panjang dan relatif stabil pada suatu topic atau aktifitas

Berdasarkan uraian – uraian diatas maka dapat dikatakan bahwa minat adalah ketertarikan seseorang terhadap suatu hal yang membuat orang tersebut berupaya untuk melaksanakan hal yang diminatinya.

2.2.1.2 Definisi Wirausaha

Menurut Widnyana, dkk. (2018) sesuai Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian wirausaha sama dengan wiraswasta, yaitu orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara berpikir baru, menentukan cara

produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkan serta mengatur permodalan operasinya. Sedangkan menurut Kuswantoro (2014) *entrepreneur* adalah seorang inovator yang menggabungkan teknologi yang berbeda dan konsep-konsep bisnis untuk menghasilkan produk atau jasa baru yang mampu mengenali setiap kesempatan yang menguntungkan, menyusun strategi, dan yang berhasil menerapkan ide-idenya. Individu yang memiliki jiwa *entrepreneur* adalah individu yang mengenal potensi dirinya dengan baik, belajar mengembangkan potensi untuk melihat dan mengkreasikan peluang dalam mewujudkan cita-citanya.

Berdasarkan uraian – uraian diatas dapat dikatakan bahwa wirausaha adalah seseorang yang mempunyai ide kreatif dan mampu mengaplikasikan ide kreatifnya, mengelola, mengorganisasikan, dan berani menanggung segala risiko untuk menciptakan peluang usaha baru guna memajukan perekonomiannya sendiri maupun masyarakat sekitar.

2.2.1.3 Definisi Minat Berwirausaha

Menurut Aprilianty (2014) menjelaskan minat berwirausaha adalah kemauan untuk mengambil resiko dengan penuh perhitungan sehingga dapat mengatasi rintangan untuk mencapai kesuksesan yang diharapkan dengan sumber sumber daya yang terbatas. Menurut Ramlan & Nikmat (2019) minat berwirausaha adalah pilihan aktivitas seseorang karena merasa tertarik, senang dan berkeinginan untuk berwirausaha serta berani mengambil risiko untuk meraih kesuksesan. Ketersediaan untuk menanggung bermacam macam resiko berkaitan dengan tindakan berwirausaha yang dilakukannya serta berkemauan keras untuk berdikari atau

berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta belajar dari kegagalan.

Berdasarkan uraian – uraian diatas maka dapat dikatakan bahwa minat berwirausaha adalah aktivitas seseorang karena tertarik terhadap dunia kewirausahaan dan kegiatan wirausaha serta mempunyai keinginan untuk memulai usahanya sendiri.

2.2.1.4 Indikator Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah aktivitas seseorang karena tertarik terhadap dunia kewirausahaan dan kegiatan wirausaha serta mempunyai keinginan untuk memulai usahanya sendiri. Sedangkan menurut Agries (2019) minat dapat diekspresikan anak didik melalui:

1. Pernyataan lebih menyukai sesuatu daripada yang lainnya.
2. Partisipasi aktif dalam suatu kegiatan yang diminati.
3. Memberikan perhatian yang lebih besar terhadap sesuatu yang diminatinya tanpa menghiraukan yang lain (fokus).

Penentuan indikator minat berwirausaha didasarkan pada Yuhendri (2016) yaitu:

- 1) Membuat pilihan pekerjaan
- 2) Merasa tertarik untuk berwirausaha
- 3) Merasa senang untuk berwirausaha
- 4) Berkeinginan untuk berwirausaha
- 5) Bera ni mengambil risiko untuk meraih sukses.

Untuk mengukur variabel minat berwirausaha berdasarkan indikator diatas kemudian dituangkan dalam bentuk angket tertutup.

2.2.2 Pendidikan Kewirausahaan

2.2.2.1 Pengertian Pendidikan

Susim, dkk. (2019) menjelaskan bahwa pendidikan berasal dari kata “ didik”, lalu kata ini mendapat awalan “me” sehingga menjadi “mendidik” artinya, memelihara dan memberi latihan. Dalam Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2003 dijelaskan bahwa pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa pendidikan merupakan sebuah proses secara sadar dan terencana dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan, pemahaman, dan ketrampilan guna mengasah dan mengembangkan potensi yang ada di dalam diri.

2.2.2.2 Pendidikan Kewirausahaan

Nuraisah, dkk. (2015) yang timbul karena interaksi antara ilmu pengetahuan yang diperoleh dari suatu rangkaian kerja yang didapat dalam praktik. Kewirausahaan di zaman sekarang ini bukan hanya tentang bakat dan urusan di lapangan, namun juga perlu adanya disiplin ilmu yang mempelajarinya.

Dorahman & Sa’odah (2019) menyatakan bahwa kewirausahaan telah diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri yang independen, karena :

- 1) Kewirausahaan berisi bidang pengetahuan (*body of knowledge*) yang utuh dan nyata, yaitu terdapat teori, konsep, dan metode ilmiah yang lengkap,
- 2) Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu posisi permulaan (*venture start-up*) dan perkembangan (*venture-growth*), ini jelas tidak termasuk dalam kerangka bidang materi manajemen umum (*framework general management course*) yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha (*business ownership*),
- 3) Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki obyek tersendiri, yaitu kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create new and diggerent things*),
- 4) Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan usaha dan pendapatan, atau kesejahteraan rakyat yang adil dan makmur.

Pendidikan kewirausahaan sangat diperlukan sebagai penunjang keberhasilan suatu bisnis atau usaha. Seseorang yang mempunyai bakat di bidang kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya tersebut melalui pendidikan. Firdaus (2017) mengemukakan bahwa jiwa *entrepreneurship* akan memberikan ide berlimpah untuk menciptakan kreativitas dan inovasi baru yang dapat menciptakan nilai tambah. Mereka yang berhasil menjadi seorang pengusaha sukses adalah mereka yang mampu mengenal potensi dirinya dan mengembangkan potensinya melalui pendidikan

Pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku pada mahasiswa menjadi seorang wirausahawan (*entrepreneur*) sejati sehingga mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir. Menurut

Wibowo (2013) terdapat dua cara untuk menanamkan mental kewirausahaan kepada para mahasiswa di kampus. Pertama, mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum. Kedua, aktivitas ekstrakurikuler mahasiswa perlu dikemas sistemik dan diarahkan untuk membangun motivasi dan sikap mental wirausaha.

Pendidikan kewirausahaan merupakan penunjang utama dalam keberhasilan bisnis untuk menciptakan pribadi yang kreatif guna menjalankan usahanya, pendidikan kewirausahaan akan diterima setiap individu pada pendidikan formal yang terselenggara. Pendidikan yang diterima oleh mahasiswa, baik melalui jalur pendidikan formal, non formal, maupun informal dianggap dapat memberikan kontribusi dalam aktivitas berwirausaha mahasiswa. Pendidikan formal diperoleh mahasiswa melalui mata kuliah kewirausahaan yang saat ini hampir di semua universitas menjadi mata kuliah wajib untuk membekali para mahasiswanya terkait ilmu pengetahuan dalam berwirausaha. Selain itu pendidikan formal juga dapat diperoleh melalui pendidikan kewirausahaan ketika duduk di bangku sekolah dasar dan menengah. Pendidikan non formal diperoleh mahasiswa melalui kegiatan-kegiatan kewirausahaan di luar perkuliahan, baik berupa seminar kewirausahaan, *talkshow* kewirausahaan, pendidikan keterampilan dan pelatihan kerja. Sedangkan pendidikan informal diperoleh mahasiswa melalui lingkungan, baik dari lingkungan keluarga, tempat tinggal maupun komunitas wirausaha yang diikuti.

2.2.2.3 Tujuan Pendidikan Kewirausahaan

Ardiansyah (2017) menyebutkan tujuan dari pendidikan kewirausahaan antara lain sebagai berikut; (1) mengerti apa peranan perusahaan dalam sistem

perekonomian, (2) keuntungan dan kelemahan berbagai bentuk perusahaan, (3) mengetahui karakteristik dan proses kewirausahaan, (4) mengerti perencanaan produk dan proses pengembangan produk, (5) mampu mengidentifikasi peluang bisnis dan menciptakan kreativitas membentuk organisasi kerja sama, (6) mampu mengidentifikasi dan mencari sumber-sumber, (7) mengerti dasar-dasar marketing, finansial, organisasi, produksi, (8) Mmpu memimpin bisnis, menghadapi tantangan masa depan.

2.2.2.4 Manfaat Pemberian Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk membentuk manusia secara utuh (holistik), sebagai insane yang memiliki karakter, pemahaman, dan ketrampilan sebagai wirausahawan (Forum Mangunwijaya V dan VI, 2012:42). Menurut Kementrian Pendidikan Nasional (2010:23) ada beberapa manfaat atau keuntungan dari pemberian pendidikan kewirausahaan antara lain :

- 1) Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa

Pendidikan kewirausahaan yang diterima, dalam hal ini siswa dapat memberikan gagasan baru dalam hal kreativitas dan inovasi dengan menunjukkan potensi yang ada paa dirinya

- 2) Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri

Pendidikan kewirausahaan yang diterima, dalam hal ini pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat mereduksi atau merubah pola pikir menjadi berwirausaha didasarkan pada nilai-nilai kewirausahaan yang telah diterima

oleh siswa disekolah. Siswa tidak hanya memahami tentang kewirausahaan, melainkan melalui pendidikan kewirausahaan ini dapat menumbuhkan minat berwirausaha pada siswa

- 3) Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya

Dalam hal ini siswa dapat memiliki sikap kewirausahaan melalui nilai-nilai pendidikan kewirausahaan yang diterima siswa. Mengembangkan potensi yang ada pada diri siswa untuk meraih kesuksesan dan untuk menghadapi masa depannya.

2.2.2.5 Indikator Pendidikan Kewirausahaan.

Dari uraian manfaat pemberian pendidikan kewirausahaan menurut Kementrian Pendidikan Nasional (2010:23) di atas, selanjutnya peneliti merumuskan indikator untuk mengukur pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha sebagaimana berikut :

1. Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa.
2. Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri.
3. Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya.

2.2.3 Self Efficacy

2.2.3.1 Pengertian Self Efficacy

Menurut Kurniawan, dkk. (2016) *self efficacy* adalah penilaian seseorang tentang kemampuannya sendiri untuk menjalankan perilaku tertentu atau mencapai tujuan tertentu. Azizah (2019) mengatakan bahwa *self efficacy* adalah keyakinan seseorang sehingga dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil yang bernilai positif dan bermanfaat.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa *self efficacy* adalah faktor internal berupa penilaian tentang kemampuan diri sendiri untuk menjalankan perilaku tertentu guna mencapai suatu tujuan.

Menurut Bandura (1997) *self efficacy* memberikan kontribusi yang besar terhadap motivasi, minat, persepsi dan tindakan seseorang dalam berbagai cara. *Self efficacy* dalam kewirausahaan dilihat sebagai konstruksi untuk menentukan tujuan dan *Control Belief*. *Self efficacy* mencerminkan pemahaman individu tentang kemampuannya berdasarkan pengalaman dimasa lalu dan atribusi terhadap kinerja dan perhatiannya untuk berusaha (Utomo, dkk, 2014)

2.2.3.2 Sumber Self Efficacy

Menurut Fitriana (2019) *self efficacy* diperoleh, ditingkatkan, atau diturunkan melalui salah satu atau kombinasi dari empat sumber pengalaman menguasai sesuatu, pengalaman vikarius, persuasi sosial, kondisi fisik dan peningkatan emosional. Dengan setiap metode, informasi mengenai diri sendiri dan lingkungan akan diproses secara kognitif dan bersama-sama dengan kumpulan pengalaman sebelumnya, akan mengubah persepsi mengenai *self efficacy*.

Menurut Bandura (1997) empat sumber *self efficacy*, antara lain:

(1) Pengalaman menguasai sesuatu (*Master Experience*), merupakan pengalaman langsung kita sehingga kesuksesan akan menaikkan efikasi atau keyakinan, dan kegagalan akan menurunkan efikasi atau keyakinan. (2) Pengalaman vikarius (*Vicarious Experience*), *self efficacy* akan meningkat pada saat kita mengamati pencapaian orang lain yang mempunyai kompetensi yang sama atau seimbang, namun akan berkurang pada saat kita melihat teman kita gagal. (3) Persuasi sosial (*Social Persuasion*), persuasi sosial disebut juga umpan balik spesifik atas kinerja. Persuasi sendiri dapat membuat siswa menyerahkan usaha, mengupayakan strategi-strategi baru, atau berusaha cukup keras untuk mencapai kesuksesan. (4) Kondisi fisik dan emosional (*Arousal*), kondisi fisik dan emosional maksudnya tingkat *Arousal* mempengaruhi *self efficacy*, tergantung pada *Arousal* itu diinterpretasikan pada saat peserta didik menghadapi tugas tertentu, apakah peserta didik merasa cemas dan khawatir (menurunkan efikasi) atau passion (bergairah) menaikkan efikasi.

2.2.3.3 Aspek – Aspek *Self Efficacy*

Menurut Bandura, (1997) efikasi-diri terdiri dari tiga dimensi, yaitu:

1) *Magnitude*, mengacu pada taraf kesulitan tugas yang diyakini individu akan mampu mengatasinya. Tingkat efikasi-diri individu berbeda satu sama lain. Tingkatan kesulitan dari sebuah tugas, apakah sulit atau mudah akan menentukan efikasi diri. Pada suatu tugas atau aktivitas, jika tidak terdapat suatu halangan yang berarti untuk diatasi, maka tugas tersebut akan sangat mudah dilakukan dan semua orang pasti mempunyai efikasi diri yang tinggi; 2) *Generality*, mengacu pada

variasi situasi dimana penilaian tentang efikasi-diri diterapkan. Individu dapat menilai dirinya me-miliki efikasi pada banyak aktifitas atau pada aktivitas tertentu saja. Dengan semakin banyak efikasi diri yang dapat diterapkan pada berbagai kondisi, maka semakin tinggi efikasi-diri individu; 3)*Strength*, terkait dengan kekuatan dari efikasi diri individu ketika berhadapan dengan tuntutan tugas atau suatu permasalahan. Efikasi diri yang lemah dapat dengan mudah ditiadakan dengan pengalaman yang menggelisahkan ketika menghadapi sebuah tugas. Sebaliknya orang yang memiliki keyakinan yang kuat akan bertekun pada usahanya meskipun pada tantangan dan rintangan. Individu tidak mudah dilanda kemalangan. *Strength* mencakup pada derajat kemantapan individu terhadap keyakinannya. Kemantapan inilah yang menentukan ketahanan dan keuletan individu.

2.2.4 Penggunaan Media Sosial

2.2.4.1 Pengertian Penggunaan Media Sosial

Media sosial menurut Syifa (2019) merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Sedangkan menurut Sahroh (2018) bahwa media sosial merupakan sebuah perpaduan antara sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (*one to many*) menjadi dialog (*many to many*) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembaca konten menjadi seorang penerbit.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan teknologi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk berbagi, bekerjasama dan berkomunikasi antar individu maupun organisasi.

Sebagai salah satu media komunikasi, media sosial bukan hanya digunakan untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai salah satu media untuk mengekspresikan diri, pencitraan diri, bisnis online, dan pemasaran online. Oleh karena itu mahasiswa sebagai individu yang melek teknologi diharapkan dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berwirausaha.

2.2.4.2 Karakteristik Media Sosial

Mutiah, dkk. (2019) menyebutkan, media sosial mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet. Dengan tingkat kecepatan masing-masing.
2. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui gatekeeper. Sehingga, akan memudahkan pengguna, baik pengirim pesan atau penerima pesan.
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.

2.2.4.3 Jenis – Jenis Media Sosial

Hidaya, dkk. (2019) mengklasifikasikan media sosial menjadi enam jenis, yaitu:

1. Kolaborasi Proyek, ada dua sub kategori dalam jenis social media, yaitu wiki dan aplikasi bookmark sosial. Wiki adalah situs yang memungkinkan pengguna untuk menambah, menghapus, dan mengubah konten berbasis teks. Saat ini wiki yang paling populer di internet adalah Wikipedia, dengan alamat web yaitu www.wikipedia.com. Subkategori lainnya adalah aplikasi bookmark sosial, yang memungkinkan pengumpulan berbasis kelompok dan konten media. Contoh untuk

aplikasi bookmark sosial adalah Reddit, dengan alamat web yaitu www.reddit.com.

Dimana link dan posting dapat dinilai oleh pengguna.

2. Blog, adalah situs web yang menyampaikan ekspresi dari penulis baik ide-ide atau pendapat serta pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Pengguna lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog, seperti curhat, memberikan kata-kata motivasi, dan sebagainya. Sebuah blog dapat mencakup teks, gambar, dan video. Contoh situs yang menjadi tempat posting gratis buat para blogger yaitu www.blogspot.com.

3. Konten Masyarakat, tujuan utama dari konten masyarakat adalah untuk berbagi konten media antara pengguna. Konten bisa apa saja seperti situs berbagi foto seperti Flickr dan Ingur, situs berbagi video seperti Youtube dan slide Power Point di situs seperti Slideshare. Konten masyarakat ini sangat menunjang baik dalam segi pendidikan, pekerjaan, dan hiburan.

4. Situs Jejaring Sosial, adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan menggunakan profil pribadi. Profil pribadi dapat mencakup semua jenis informasi termasuk foto, video, file audio, dan blog. Situs jejaring sosial umumnya mencakup fitur seperti instant messaging dan e-mail. Situs jejaring sosial dapat membantu Anda membuat jaringan. Perusahaan dapat mengembangkan merk mereka dengan menciptakan kehadiran untuk merk mereka dalam masyarakat serta menjaganya tetap aktif. Beberapa contoh situs social networking yaitu Facebook, Twitter, My Spaces, Instagram, dan Google Plus. Jejaring sosial ini sangat mendukung untuk melakukan kegiatan berwirausaha atau menjalin hubungan dengan klien kerja.

5. Dunia Game Virtual, yaitu lingkungan tiga dimensi dimana pengguna dapat berinteraksi menggunakan avatar pribadi. Dunia game virtual umumnya memiliki seperangkat aturan ketat yang harus diikuti dalam konteks peran multiplayer Massively Online Bermain Game (MMORPG). Permainan yang paling populer dalam kategori ini termasuk World of Warcraft dan Everquest. Melalui game-game ini seseorang dapat memperoleh lebih banyak popularitas yang dapat digunakan untuk menarik pasar tertentu.

6. Dunia Sosial Virtual, adalah situs yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dalam platform tiga dimensi menggunakan avatar dalam cara yang mirip dengan kehidupan asli. Contohnya adalah Second Life dengan alamat web yaitu www.secondlife.com. Uang yang digunakan dalam permainan Second Life dapat dikonvers menjadi uang yang sebenarnya ke rekening bank Anda, dan jika perusahaan belajar untuk memanfaatkannya, dapat menjadi sumber nyata media income.

2.2.4.4 Indikator Penggunaan Media Sosial

Menurut Afriani (2016) terdapat 5 indikator penggunaan media sosial, yaitu:

1. Frekuensi penggunaan media sosial.
2. Kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial.
3. Manfaat dari penggunaan media sosial.
4. Keefektifan penggunaan media sosial.
5. Ketrampilan siswa menggunakan media sosial.

2.2.5 Motivasi Berwirausaha

Motivasi berasal dari kata “motif”, diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi young entrepreneur (Hendrawan & Sirine, 2017).

Menurut Yanti, dkk. (2014) motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, kreatif dan selalu berinovasi. Motivasi juga dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang berasal dari dalam maupun luar yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu.

Motivasi merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh calon wirausaha. Motivasi berwirausaha setiap orang, satu dengan yang lainnya, bisa jadi tidak sama. Biasanya, hal itu bergantung dari apa yang diinginkan orang yang bersangkutan. Masih kurangnya jumlah wirausaha di Indonesia salah satunya disebabkan karena kurangnya motivasi pada diri mahasiswa – mahasiswa di Indonesia untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir. Banyak dari mereka yang pada awalnya berminat menjadi wirausaha, namun karena kurangnya motivasi dari dalam diri dan lingkungan sekitarnya membuat minatnya untuk berwirausaha menjadi hilang. Motivasi untuk memulai berwirausaha di kalangan mahasiswa sangat rendah karena tidak ada dorongan kuat untuk mereka memilih karir sebagai wirausaha. Pola pikir pada mahasiswa setelah lulus masih tertuju untuk bekerja di perusahaan-perusahaan dibandingkan memulai bisnis karena mereka merasa kurang yakin dengan kemampuan yang mereka miliki. Hal tersebut menyebabkan

mereka cenderung lebih memilih menjadi pencari kerja dibandingkan menjadi seorang wirausaha.

2.2.5.1 Indikator Motivasi Berwirausaha

Menurut Jullimursyida (2018) terdapat beberapa alasan mengapa seseorang menjadi wirausaha karena:

1. Alasan keuangan, yaitu mencari nafkah, untuk menjadi kaya, untuk mencari pendapatan tambahan, sebagai jaminan stabilitas keuangan.
2. Alasan sosial, yaitu memperoleh gengsi/status, untuk dapat dikenal dan dihormati, untuk menjadi panutan, agar dapat bertemu dengan orang banyak.
3. Alasan pelayanan, yaitu memberi pekerjaan kepada masyarakat, membantu anak yatim, membahagiakan orang tua, demi masa depan keluarga.
4. Alasan pemenuhan diri, yaitu menjadi atasan/ mandiri, untuk mencapai sesuatu yang diinginkan, untuk menghindari ketergantungan pada orang lain, untuk menjadi produktif dan untuk menggunakan kemampuan pribadi.

Selanjutnya peneliti menggunakan teori diatas sebagai dasar atau indikator dalam pembuatan angket dari variable motivasi berwirausaha

2.2.3 Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu digunakan untuk mendukung penyusunan kerangka berpikir, penguat, dan dijadikan acuan dalam melaksanakan penelitian. Penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan permasalahan penelitian dikaji Peneliti tentang Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, dan Penggunaan Media Sosial Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat

Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Tahun Angkatan 2017).

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Ayuni & Sari (2018)	<i>Analysis of factors that influencing the interest of Bali State Polytechnic's students in entrepreneurship</i>	X1: Faktor Konstektual X2: Faktor Kemanjurann Diri X3: Faktor Norma Subjektif X4 : Faktor Sikap	Semua faktor mempengaruhi minat berwirausaha.
2	Abdullah & Sulaiman (2013)	<i>Factors That Influence the Interest of Youths in Agricultural Entrepreneurship</i>	X1: Sikap X2: Penerimaan X3: Pengetahuan	Sikap dan Penerimaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Sedangkan pengetahuan tidak signifikan dalam mempengaruhi minat berwirausaha
3	Akanbi (2013)	<i>Familial Factors, Personality Traits And Self-Efficacy As Determinants Of Entrepreneurial Intention Among Vocational Based College Of Education Students In Oyo State, Nigeria</i>	X1: Faktor Keluarga X2: Kepribadian X3: Self Efficacy	Semua variabel independen mempengaruhi minat berwirausaha
4	Imania & Suwatno (2018)	<i>The Effect of Educational Entrepreneurship and Creativity to</i>	X1: Pendidikan Kewirausahaan X2: Kreativitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan kreativitas

NO	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		<i>Entrepreneurial Intermediation</i>		berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
5	Mardta & Usman (2019)	<i>Effect Of Intrinsic Motivation, Knowledge Entrepreneurship And Personality Of The Student Interest In Entrepreneurship</i>	X1: Motivasi Intrinsik X2: Pengetahuan Kewirausahaan X3: Kepribadian	(1) Tidak ada pengaruh motivasi intrinsik terhadap minat berwirausaha; (2) ada pengetahuan yang signifikan tentang minat berwirausaha; (3) ada pengaruh kepribadian terhadap minat berwirausaha; dan (4) ada pengaruh motivasi intrinsik, pengetahuan kewirausahaan dan kepribadian terhadap minat berwirausaha.
6	Indriyani & Margunani (2018)	Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha	X1: Kepribadian X2: Pendidikan Kewirausahaan X3: Lingkungan Keluarga	Semua variabel berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha baik secara simultan maupun secara parsial.
7	Aristuti & Widiyanto (2014)	Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi	X1: Kepribadian X2: Lingkungan Keluarga X3: Pendidikan Kewirausahaan	Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Secara Simultan Antara Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

NO	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
				<p>Mahasiswa Fakultas Ekonomi Tahun Angkatan 2014 Universitas Negeri Semarang. Ada Pengaruh Positif Dan Signifikan Secara Parsial Antara Kepribadian Terhadapminat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi. Ada Pengaruh Positif Tetapi Tidak Signifikan Secara Parsial Antara Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi .</p> <p>Ada Pengaruh Positif Dan Signifikan Secara Parsial Antara Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi.</p>
8	Anastasia, dkk (2019)	Pengaruh Motivasi, Lingkungan Internal Dan Lingkungan Eksternal	X1: Motivasi X2: Lingkungan Internal X3:	Hasil Penelitian Menunjukkan Secara Parsial Lingkungan Internal Dan Lingkungan

NO	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Pusat Pengembangan Kewirausahaan Lppm Unsrat Manado	Lingkungan Eksternal	Eksternal Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Secara Parsial Motivasi Tidak Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Secara Simultan Motivasi, Lingkungan Internal Dan Lingkungan Eksternal Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa
9	Sahroh (2018)	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya	X1: Literasi Ekonomi X2: Tingkat Penggunaan Media Sosial	Hasil Dalam Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa (1) Literasi Ekonomi Secara Parsial Memiliki Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi, (2) Tingkat Penggunaan Media Sosial Secara Parsial Memiliki Pengaruh Positif Dan Signifikan

NO	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
				Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa, (3) Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Secara Simultan Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.
10	Putri (2017)	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha	X1: Pendidikan Kewirausahaan	Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha
11	Athaya & Hasbi (2019)	Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Universitas Telkom	X1: Kecerdasan Emosional X2: Motivasi Berwirausaha	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kecerdasan emosional dan motivasi berwirausaha mempengaruhi minat berwirausaha secara positif dan signifikan
12	Nadya (2019)	Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi Berwirausaha, Kreativitas, Dan Lingkungan Keluarga	X1: Efikasi Diri X2: Motivasi Berwirausaha X3: Kreativitas	Semua variabel berpengaruh terhadap minat berwirausaha

NO	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xii Smk Patria Gadingrejo Tahun Pelajaran 2018/2019	X4: Lingkungan Keluarga	
13	Noviantoro & Rahmawati (2017)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi Fe Uny	X1: Pengetahuan Kewirausahaan X2: Motivasi Berwirausaha X3: Lingkungan Keluarga	Semua variabel berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
14	Warnadi (2019)	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa	Pendidikan Kewirausahaan	Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha dan ketrampilan berwirausaha.
15	Pamungkas & Indah (2017)	Pengaruh Self Efficacy, Pendidikan Kewirausahaan Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	X1: Self Efficacy X2: Pendidikan Kewirausahaan X3: Ekspektasi Pendapatan	Semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

NO	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
16	Marini & Hamidah (2014)	Pengaruh Self-Efficacy, Lingkungan Keluarga, Dan Lingkungan Sekolah Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Jasa Boga	X1: Self-Efficacy X2: Lingkungan Keluarga X3: Lingkungan Sekolah	Semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
17	Aini, dkk (2015)	Pengaruh Lingkungan Keluarga Dan Efikasi Diri Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta	X1: Lingkungan Keluarga X2: Efikasi Diri	Semua variabel berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha.

2.2.4 Kerangka Berpikir

2.2.4.1 Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Pendidikan merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Pendidikan merupakan kegiatan yang sangat kompleks, hampir seluruh aspek kehidupan manusia berhubungan dengan proses pendidikan. Melalui pendidikan, karakter dan sifat manusia dapat dibentuk agar menjadi manusia yang mempunyai keterampilan dan kecerdasan. Pendidikan kewirausahaan sebagai usaha yang dilakukan lembaga pendidikan untuk menanamkan pengetahuan, nilai, jiwa dan sikap kewirausahaan kepada mahasiswa dan peserta didik guna membekali diri menjadi manusia yang mandiri, kreatif dan inovatif. Hal ini juga bertujuan

untuk menciptakan wirausaha- wirausaha baru yang handal dan berkarakter dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pendidikan kewirausahaan sangat diperlukan sebagai penunjang keberhasilan suatu bisnis atau usaha. Seseorang yang mempunyai bakat di bidang kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya tersebut melalui pendidikan. Hal ini berarti pendidikan kewirausahaan yang bagus dan berkualitas dapat membuat seseorang berminat menjadi seorang wirausaha setelah mempelajari pendidikan kewirausahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini sejalan pendapat Kurnianti (2015) yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha terdiri dari dua aspek yaitu aspek intrinsik (pendapatan, harga diri, dan perasaan senang) dan aspek ekstrinsik (lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan pendidikan).

2.2.4.2 Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha

Self efficacy dapat diperoleh, ditingkatkan, atau berkurang melalui salah satu atau kombinasi dari empat sumber pengalaman menguasai sesuatu, pengalaman vikarius, persuasi sosial, kondisi fisik dan emosional. Dengan setiap metode, informasi mengenai diri sendiri dan lingkungan akan diproses secara kognitif dan bersama-sama dengan kumpulan pengalaman sebelumnya, akan mengubah persepsi mengenai *self efficacy*.

Self efficacy atau efikasi diri sangat diperlukan oleh calon wirausahawan sebelum memulai usahanya. Orang yang memiliki efikasi diri yang cukup tinggi

atau percaya akan kemampuan dirinya sendiri akan lebih tenang dan rasional dalam menghadapi sebuah permasalahan atau kendala dan hal tersebut akan berpengaruh terhadap hasil yang akan dicapai.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marini & Hamidah (2014) yang menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas & Indah (2017) yang menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

2.2.4.3 Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Media sosial saat ini tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan informasi, tetapi juga banyak digunakan sebagai media penggerak perekonomian bagi para pengusaha. Ketika seseorang mampu menggunakan media sosial untuk tujuan berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha. Mahasiswa sebagai kaum akademisi diharapkan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dalam hal ini media sosial sebagai sarana untuk berwirausaha. Sebagai contoh dengan adanya media social mahasiswa dapat dengan mudah mencari teman baru ataupun relasi guna memperlancar promosi.

Banyaknya pengguna sosial media memang merupakan suatu fenomena tersendiri di era digital ini. Setiap orang selalu ingin terhubung satu sama lain. Jika ditinjau pada faktor eksternal yang mempengaruhi Minat Berwirausaha, proses berwirausaha atau minat berwirausaha meliputi peluang, model peran, aktivitas, pesaing, inkubator, sumber daya, lingkungan, kemajuan iptek, dan kebijakan pemerintah. Media sosial yang seringkali dijadikan sebagai alat penunjang dalam

berwirausaha adalah media sosial yang memiliki jangkauan yang luas dan banyak digunakan oleh masyarakat atau calon konsumen, seperti facebook, twitter, Instagram, dll. Pengguna media sosial seperti facebook, twitter dan instargam di Indonesia tergolong banyak. Hal tersebut dapat mendorong minat seseorang untuk memaksikmalkan media sosial tersebut sebagai alat untuk berwirausaha. Media sosial yang digunakan untuk berwirausaha seseorang berisi tentang konten-konten yang menarik seputar usahanya. Hal ini berarti adanya penggunaan media sosial dapat berpengaruh dalam mendorong minat berwirausha seseorang.

Penelitian yang dilakukan oleh Afriani (2016) menemukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Temuan tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Sahroh, (2018) yang menyatakan bahwa tingkat penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

2.2.4.4 Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Motivasi merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh calon wirausaha. Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi young entrepreneur. Motivasi bisa berasal dari dalam diri maupun berasal dari luar (orang lain, lingkungan, dan sebagainya).

Kebanyakan orang yang berhasil di dunia ini mempunyai motivasi yang kuat yang mendorong tindakan-tindakan mereka. Mereka mengetahui dengan baik yang menjadi motivasinya dan memelihara motivasi tersebut dalam setiap tindakannya. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa

percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi motivasi seseorang dalam berwirausaha dapat meningkatkan minat orang tersebut dalam berwirausaha.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh menyatakan Noviantoro & Rahmawati (2017) bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Pernyataan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nadya (2019) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dikatakan bahwa motivasi berwirausaha dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Jika motivasi berwirausaha tinggi, maka minat berwirausaha mahasiswa juga akan semakin meningkat.

2.2.4.5 Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha

Motivasi menurut asalnya terbagi menjadi dua yaitu, dari dalam diri sendiri (intrinsik) dan dari luar diri (ekstrisik). Motivasi intrinsik meliputi keyakinan, jiwa dan mental kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan merupakan upaya menginternalisasikan jiwa dan mental kewirausahaan baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, training dan sebagainya.

Cara untuk menanamkan mental kewirausahaan kepada para mahasiswa di kampus antara lain: (1) Mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum. (2) Aktivitas ekstrakurikuler mahasiswa perlu dikemas sistemik dan

diarahkan untuk membangun motivasi dan sikap mental wirausaha. Adanya pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat menginternalisasikan jiwa dan mental kewirausahaan sehingga dapat memotivasi seseorang untuk berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Warnadi, dkk (2019) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2018) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha.

2.2.4.6 Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Motivasi Berwirausaha

Motivasi merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh calon wirausaha. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan. Motivasi seseorang dalam melakukan sesuatu berkaitan dengan *self efficacy* atau keyakinan yang dimilikinya. *Self efficacy* (efikasi diri) atau biasa disebut juga keyakinan sangatlah diperlukan oleh setiap individu untuk melakukan suatu hal. Seseorang yang memiliki efikasi diri yang baik tentu dia mengetahui sejauh mana kemampuan yang dimilikinya. Hal tersebut dapat membangkitkan motivasi berwirausaha dari dalam dirinya. Penelitian yang dilakukan oleh Aini, dkk (2015) menyatakan bahwa efikasi diri (*self efficacy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha.

2.2.4.7 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Motivasi Berwirausaha

Individu yang memiliki keyakinan bahwa suatu perilaku dapat dilakukan dengan mudah, maka individu tersebut akan lebih termotivasi untuk melakukan perilaku tersebut. Adanya perkembangan teknologi berupa media sosial memudahkan individu dalam melakukan suatu perilaku. Dalam bermedia sosial setiap individu tentu menginginkan adanya rasa aman sehingga ia mampu mengeksplorasi apa yang ada di media sosial sesuai dengan keinginannya baik itu hanya sekedar untuk komunikasi maupun untuk berbisnis. Banyaknya jenis-jenis media sosial dapat memudahkan setiap orang untuk melakukan bisnis sejalan dengan kemajuan teknologi di zaman globalisasi ini. Oleh karena itu dengan adanya media sosial diharapkan dapat meningkatkan motivasi seseorang untuk berwirausaha.

Adanya media sosial akan memudahkan mahasiswa dalam mencari informasi mengenai dunia wirausaha. Ia juga dapat mencari informasi mengenai tokoh atau pengusaha sukses baik yang ada di dunia maupun di Indonesia dan menjadikannya sebagai inspirasi. Selain itu juga dengan adanya media sosial mahasiswa dapat dengan mudah mencari relasi ataupun teman baru guna mempermudah dalam hal promosi. Dengan demikian mahasiswa akan lebih termotivasi untuk mulai berwirausaha.

Teori Motivasi Maslow menyatakan bahwa rasa aman merupakan salah satu kebutuhan individu. Terhindar dari kecemasan adalah salah satu kebutuhan akan rasa aman itu sendiri. Maslow (1943) mengemukakan pada dasarnya motivasi muncul karena individu berupaya memenuhi kebutuhannya. Hal ini berarti bahwa

bahwa media sosial yang bagus dan dapat menjamin rasa aman akan meningkatkan motivasi berwirausaha penggunanya. Selain sebagai kebutuhan rasa aman, media sosial juga sebagai kebutuhan sosial dimana individu dapat memanfaatkan media sosial untuk menjalin pertemanan dan bermasyarakat.

2.2.4.8 Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Pendidikan kewirausahaan merupakan penunjang utama dalam keberhasilan bisnis untuk menciptakan pribadi yang kreatif guna menjalankan usahanya. Pendidikan kewirausahaan harus diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri yang independen. Alasannya adalah hal-hal sebagai berikut: 1) Kewirausahaan berisi bidang pengetahuan yang utuh dan nyata, yang mana terdapat teori, konsep dan metode ilmiah yang lengkap; 2) Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu posisi permulaan dan didikan manajemen umum yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha; 3) Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda; 4) Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan usaha dan pendapatan, atau kesejahteraan rakyat yang adil dan makmur.

Selain untuk menambah pemahaman dan pengalaman mahasiswa mengenai kewirausahaan, pendidikan kewirausahaan juga dapat menumbuhkan mental dan jiwa kewirausahaan. Adanya pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat membangkitkan motivasi berwirausaha mahasiswa sehingga dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk memulai berwirausaha.

Hal ini sejalan dengan Teori Motivasi Manusia yang diperkenalkan oleh Abraham Harold Maslow. Maslow menganggap bahwa variasi kebutuhan manusia tersusun dalam bentuk yang hierarki atau berjenjang dimana setiap manusia termotivasi untuk memuaskan kebutuhan – kebutuhan dari hierarki paling bawah sebelum mencapai hierarki paling atas. Menurut hierarki kebutuhan dalam Teori Kebutuhan Maslow pendidikan kewirausahaan merupakan kebutuhan yang berkenaan dengan kebutuhan menghargai diri sendiri berupa keinginan untuk menguasai suatu kompetensi.

2.2.4.9 Pengaruh Self Efficacy Melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Efikasi diri atau keyakinan diri mempunyai peran penting dalam setiap individu agar bisa menjalankan kehidupan yang baik. Keyakinan untuk menjadi pribadi yang baik dan yakin bisa meraih apa yang diinginkannya. Seseorang haruslah mempunyai efikasi diri atau biasa yang disebut dengan suatu keyakinan. Begitupula dengan seseorang yang ingin terjun ke bisnis atau berwirausaha. Seseorang yang ingin berwirausaha harus mempunyai efikasi yang tinggi atau mempunyai keyakinan atas kemampuannya seperti mempunyai ide kreatif yang menjadi modal utama dalam berwirausaha.

Pada seseorang yang ingin berwirausaha diperlukan adanya suatu motivasi yang tinggi pada dirinya yang berguna sebagai pendorong seseorang minat berwirausaha dan menjadi suatu alasan dasar seseorang memilih karir sebagai wirausaha. Motivasi seseorang pada dasarnya berhubungan dengan efikasi diri atau keyakinan dari diri sendiri dalam berperilaku karena *self efficacy* atau efikasi diri

merupakan faktor dari dalam diri yang dapat meningkatkan motivasi seseorang untuk melakukan suatu hal. Adanya motivasi yang kuat akan meningkatkan minat seseorang terhadap suatu hal. Hal ini berarti apabila seseorang memiliki efikasi yang baik akan semakin termotivasi dan berminat dalam berwirausaha.

Faktor penentu utama minat yaitu keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Keyakinan seseorang dapat dipengaruhi oleh banya variabel, diantaranya yaitu: usia, jenis kelamin, budaya, status sosial ekonomi, pendidikan, kebangsaan, agama, kepribadian, emosi, sikap, nilai kecerdasan, pengalaman dimasa lalu, dan paparan informasi.

2.2.4.10 Pengaruh Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggamannya”. Media sosial yang dimiliki seseorang dapat bermanfaat lebih dari sekedar berkomunikasi untuk membagikan informasi saja. Sehingga dengan adanya media sosial sekarang yang telah di unggah seseorang dapat memanfaatkan dan memiliki peran penting dengan cara berwirausaha melalui jejaring sosial seperti facebook, twitter, dan LinkedIn dapat dengan mudah mempromosikan barang dan jasa melalui sosial media sehingga dapat dengan mudah memulai bisnis atau sebuah usaha baru.

Media sosial memiliki peranan penting dalam kewirausahaan, dengan memiliki sosial media dapat membantu menemukan konsumen baru dan dapat memperluas pasar sehingga dimanapun kita berada baik dalam negeri atau luar negeri, dengan hanya memanfaatkan sosial media penjual dengan calon konsumen akan tetap bertemu melalui transaksi chatting pada jejaring sosial. Mahasiswa sebagai kaum akademisi diharapkan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dalam hal ini media sosial sebagai sarana untuk berwirausaha. Sebagai contoh dengan adanya media social mahasiswa dapat dengan mudah mencari teman baru ataupun relasi guna memperlancar promosi. Banyaknya jenis-jenis media sosial dapat memudahkan setiap mahasiswa untuk melakukan bisnis sejalan dengan kemajuan teknologi di zaman globalisasi ini.

Menurut Teori Motivasi Maslow menyatakan bahwa rasa aman merupakan salah satu kebutuhan individu. Terhindar dari kecemasan adalah salah satu kebutuhan akan rasa aman itu sendiri. Pada dasarnya motivasi muncul karena individu berupaya memenuhi kebutuhannya. Selain sebagai kebutuhan rasa aman, media sosial juga sebagai kebutuhan sosial dimana individu dapat memanfaatkan media sosial untuk menjalin pertemanan dan bermasyarakat. Jadi, dapat disimpulkan bahwa media sosial yang bagus dan dapat menjamin rasa aman akan meningkatkan motivasi berwirausaha penggunanya.

Faktor penentu utama minat yaitu keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Keyakinan seseorang dapat dipengaruhi oleh banyak variabel, diantaranya yaitu: usia, jenis kelamin, budaya, status sosial ekonomi, pendidikan, kebangsaan, agama, kepribadian, emosi, sikap, nilai kecerdasan,

pengalaman dimasa lalu, dan paparan informasi. Faktor latar belakang tersebut dibagi kedalam tiga kategori yaitu: 1) faktor pribadi yang terdiri atas sikap, nilai, ciri – ciri kepribadian, emosi, dan kecerdasan; 2) faktor sosial yang terdiri dari atas usia, jenis kelamin, budaya, pendidikan, agama; 3) faktor informasi yang terdiri atas pengalaman, pengetahuan, dan paparan informasi.

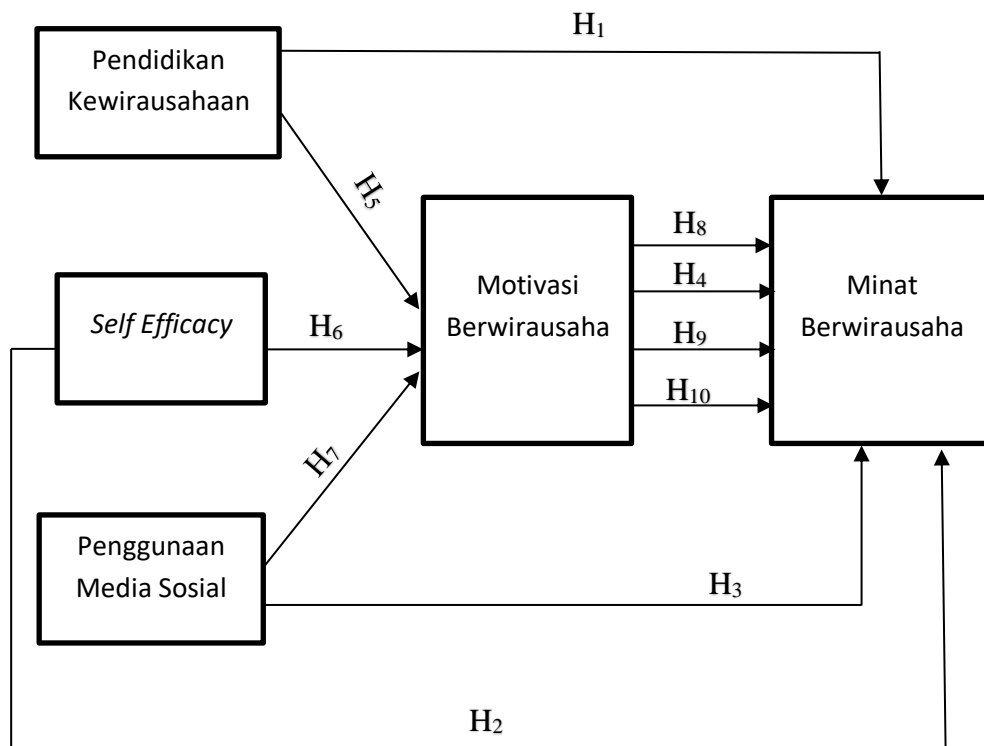
Faktor informasi yang terdiri atas pengalaman, pengetahuan, dan paparan informasi dapat mempengaruhi keyakinan seseorang yang berpengaruh terhadap minat orang tersebut akan suatu hal. Media sosial termasuk kedalam faktor informasi karena di dalam media sosial terdapat pengetahuan, pengalaman, serta paparan informasi yang bisa didapatkan oleh seseorang. Media sosial memudahkan seseorang untuk mencari informasi seputar dunia kewirausahaan. Hal tersebut dapat meningkatkan motivasi dari dalam diri berupa keyakinan untuk berwirausaha. Seseorang yang mempunyai motivasi berwirausaha dan menggunakan media sosial untuk tujuan berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha.

2.2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Ada pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017.

3. Ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan tahun angkatan 2017.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017.
5. Ada pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017.
6. Ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* terhadap motivasi berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017.
7. Ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap motivasi berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan tahun angkatan 2017.
8. Ada pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017.
9. Ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017.
10. Ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan tahun angkatan 2017.



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu pengumpulan dan pengukuran data berbentuk angka – angka yang kemudian dianalisis secara kuantitatif dalam bentuk statistik menggunakan program aplikasi SPSS Statistics 21. Desain penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah atau data asli untuk mendeskripsikan keadaan populasi. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh pendidikan ekonomi, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha dengan motivasi berwirausaha sebagai variabel mediasi pada mahasiswa ekonomi pembangunan Universitas Negeri Semarang tahun 2017.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang tahun angkatan 2017 yang berjumlah 140 mahasiswa. Alasan pengambilan populasi tersebut karena mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang sudah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan pada semester 2.

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan Rumus Slovin. Tahapan pemilihan sampel dilakukan dengan mengetahui terlebih dahulu jumlah populasi penelitian, setelah populasi diketahui maka selanjutnya mencari jumlah sampel minimum yang dibutuhkan yaitu sebagai berikut.

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir. Peneliti menggunakan 5% (0,05).

$$n = 140 / [1 + 140(0,05)^2]$$

$$n = 140 / 1,35$$

$$n = 103,703$$

$$n = 104 \text{ responden}$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 104 mahasiswa ekonomi pembangunan Universitas Negeri Semarang tahun angkatan 2017 dan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Pemilihan sampel pada penelitian ini dilakukan melalui undian sehingga setiap anggota populasi atau semesta tadi memiliki peluang yang sama untuk terpilih atau terambil.

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Minat Berwirausaha (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha. Minat berwirausaha adalah aktivitas seseorang karena tertarik terhadap dunia kewirausahaan dan kegiatan wirausaha serta mempunyai keinginan untuk memulai usahanya sendiri. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel minat

berwirausaha merujuk pada indikator yang dikemukakan oleh Yuhendri (2016) yaitu:

Tabel 3.1. Indikator Variabel Minat Berwirausaha

Variabel	Indikator	Kata Kunci
Minat Berwirausaha (Yuhendri, 2016)	Membuat pilihan pekerjaan	Pilihan Pekerjaan
	Merasa tertarik untuk berwirausaha	Tertarik berwirausaha
	Merasa senang untuk berwirausaha	Senang berwirausaha
	Berkeinginan untuk berwirausaha	Ingin berwirausaha
	Berani mengambil risiko untuk meraih sukses	Mengambil resiko

3.3.2 Pendidikan Kewirausahaan (X1)

Pendidikan kewirausahaan merupakan variabel bebas dalam penelitian ini. Pendidikan kewirausahaan adalah proses pembelajaran dengan menanamkan jiwa wirasausaha supaya termotivasi untuk berwirausaha. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pendidikan kewirausahaan merujuk pada indikator yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Nasional (2010:23) yaitu:

Tabel 3.2. Indikator Variabel Pendidikan Kewirausahaan

Variabel	Indikator	Kata Kunci
Pendidikan Kewirausahaan (Kementrian Pendidikan Nasional, 2010:23)	Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa	Kreativitas dan inovasi siswa
	Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri	Mindset dan orientasi
	Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya	Sikap kewirausahaan dan potensi siswa

3.3.3 *Self Efficacy* (X2)

Self efficacy adalah faktor internal berupa penilaian tentang kemampuan diri sendiri untuk menjalankan perilaku tertentu guna mencapai suatu tujuan. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *self efficacy* merujuk pada indikator yang dikemukakan oleh Bandura (1997) yaitu:

Tabel 3.3. Indikator Variabel *Self Efficacy*

Variabel	Indikator	Kata Kunci
<i>Self Efficacy</i> (Bandura, 1997)	<i>Magnitude</i>	Keyakinan
	<i>Generality</i>	Menjelaskan
	<i>Strength</i>	Kekuatan

3.3.4 Penggunaan Media Sosial (X)

Penggunaan media sosial merupakan penggunaan atau pemanfaatan suatu teknologi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk berbagi, bekerjasama dan berkomunikasi antar individu maupun organisasi. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penggunaan media sosial merujuk pada indikator yang dikemukakan oleh Afriani (2016) yaitu:

Tabel 3.4. Indikator Variabel Penggunaan Media Sosial

Variabel	Indikator	Kata Kunci
Penggunaan Media Sosial (Afriani, 2016)	Frekuensi penggunaan media sosial.	Frekuensi
	Kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial.	Mengapresiasikan diri
	Manfaat dari penggunaan media sosial.	Manfaat
	Keefektifan penggunaan media sosial.	Keefektifan
	Ketrampilan siswa menggunakan media sosial	Ketrampilan

3.3.5 Motivasi Berwirausaha (Z)

Motivasi berwirausaha berperan sebagai variabel mediasi yang dimaksudkan untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh langsung maupun tidak langsung antara variabel bebas dan variabel terikat melalui variabel mediasi tersebut. Motivasi berwirausaha merupakan suatu dorongan baik yang berasal dari dalam maupun dari luar diri seseorang didalam melakukan kegiatan berwirausaha. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi berwirausaha merujuk pada indikator yang dikemukakan oleh Wirasasmita (1994) yaitu :

Tabel 3.5. Indikator Variabel Motivasi Berwirausaha

Variabel	Indikator	Kata Kunci
Motivasi Berwirausaha (Wirasasmita, 1994)	Alasan keuangan	Keuangan
	Alasan sosial	Status sosial
	Alasan pelayanan	Pelayanan
	Alasan pemenuhan diri	Pemenuhan diri

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pernyataan yang diajukan terkait dengan pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha dengan motivasi berwirausaha sebagai variabel mediasi pada mahasiswa ekonomi pembangunan Universitas Negeri Semarang tahun angkatan 2017. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner tertutup dengan alternatif jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang tercakup dalam setiap variabel penelitian yang diadopsi dan dikembangkan dari

teori dan penelitian yang relevan. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan variabel dependen (minat berwirausaha), variabel independen (variabel pendidikan kewirausahaan, variabel *self efficacy*, dan variabel penggunaan media sosial), dan variabel mediasi (variabel motivasi berwirausaha). Responden akan diarahkan untuk membubuhkan *check list* (√) pada setiap pernyataan kuesioner. Pernyataan dalam kuesioner akan diberi skor berdasarkan skala likert dengan lima alternatif skor.

Tabel 3.6. Skor Alternatif Jawaban Responden

No	Alternatif Jawaban Pertanyaan Positif	Skor	Alternatif Jawaban Pertanyaan Negatif	Skor
1	Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1
2	Setuju	4	Setuju	2
3	Ragu	3	Ragu	3
4	Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2017)

3.5 Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui kuesioner sebagai alat ukur variabel penelitian telah benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, artinya data yang diperoleh dan dilaporkan tidak berbeda dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid mempunyai validitas yang rendah, artinya data yang diperoleh tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS Statistics 21. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai probabilitas (*p value*) dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Apabila diperoleh nilai *p value* < 0,05 maka dapat diartikan bahwa butir instrumen tersebut valid. Sebaliknya, apabila diperoleh *p value* > 0,05 maka dapat diartikan butir instrumen tersebut tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sah tidaknya instrumen dari variabel pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, penggunaan media sosial, motivasi berwirausaha, dan minat berwirausaha.

Tabel 3.7. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	No. Item	Sig (1-tailed)	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	Membuat pilihan pekerjaan	1	0.000	Valid
		2	0.000	Valid
		3	0.000	Valid
	Merasa tertarik untuk berwirausaha	4	0.000	Valid
		5	0.000	Valid
		6	0.000	Valid
		7	0.000	Valid
	Merasa senang untuk berwirausaha	8	0.001	Valid
		9	0.000	Valid
	Berkeinginan untuk berwirausaha	10	0.000	Valid
		11	0.000	Valid
		12	0.000	Valid
	Berani mengambil risiko untuk meraih sukses.	13	0.000	Valid
		14	0.000	Valid
		15	0.000	Valid
		16	0.000	Valid
		17	0.000	Valid
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa	18	0.000	Valid
		19	0.000	Valid
		20	0.000	Valid
		21	0.000	Valid
		22	0.000	Valid

Variabel	Indikator	No. Item	Sig (1-tailed)	Keterangan	
	Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri	23	0.000	Valid	
		24	0.000	Valid	
		25	0.000	Valid	
		26	0.000	Valid	
	Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya	27	0.000	Valid	
		28	0.000	Valid	
		29	0.000	Valid	
		30	0.000	Valid	
	<i>Self Efficacy</i> (X2)	<i>Magnitude</i>	31	0.000	Valid
			32	0.003	Valid
33			0.000	Valid	
<i>Generality</i>		34	0.000	Valid	
		35	0.000	Valid	
		36	0.000	Valid	
<i>Strength</i>		37	0.000	Valid	
		38	0.000	Valid	
		39	0.000	Valid	
Penggunaan Media Sosial (X3)	Frekuensi penggunaan media sosial dalam sehari.	40	0.003	Valid	
		41	0.000	Valid	
		42	0.000	Valid	
	Kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial.	43	0.000	Valid	
		44	0.000	Valid	
		45	0,000	Valid	
	Manfaat dari penggunaan media sosial.	46	0.000	Valid	
		47	0.000	Valid	
		48	0.000	Valid	
	Keaktifan penggunaan media sosial.	49	0.000	Valid	
		50	0.000	Valid	
		51	0.001	Valid	
		52	0.000	Valid	
	Ketrampilan siswa menggunakan media sosial.	53	0.000	Valid	
		54	0.002	Valid	
		55	0.000	Valid	
56		0,000	Valid		

Variabel	Indikator	No. Item	Sig (1-tailed)	Keterangan
Motivasi Berwirausaha	Alasan Keuangan	57	0.000	Valid
		58	0.000	Valid
		59	0.000	Valid
	Alasan Sosial	60	0.000	Valid
		61	0.003	Valid
	Alasan Pelayanan	62	0.000	Valid
		63	0.000	Valid
		64	0.000	Valid
	Alasan Pemenuhan	65	0.000	Valid
		66	0.000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mendeteksi apakah kuesioner sebagai alat ukur variabel penelitian telah memberikan hasil pengukuran yang konsisten atau ajeg dari waktu ke waktu. Artinya suatu alat ukur dinyatakan reliabel apabila alat ukur tersebut menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukuran itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Sebagai alat ukur, kuesioner diharapkan mampu mengukur semua aspek substantif indikator penelitian dengan hasil yang konsisten dari pengukuran yang pertama dengan pengukuran berikutnya.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas jawaban responden terhadap pertanyaan yang terdapat pada kuesioner penelitian serta berkaitan dengan kestabilan jawaban yang diberikan oleh responden. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS *Statistics* 21. Uji reabilitas dilakukan dengan Uji *Cronbach's Alpha*. *Butir kuesioner dikatakan reliable*

apabila mempunyai nilai *cronbach alpha* >0,60 (Ghozali, 2013). Semakin nilai *cronbach alpha* mendekati 1,00 maka nilai reabilitas datanya semakin terpercaya untuk masing-masing variabel.

Tabel 3.8. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Hitung	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Diisyaratkan	Keterangan
1	Minat Berwirausaha	0,951	>0,60	Reliabel
2	Pendidikan Kewirausahaan	0,956	>0,60	Reliabel
3	Self Efficacy	0,936	>0,60	Reliabel
4	Penggunaan Media Sosial	0,897	>0,60	Reliabel
5	Motivasi Berwirausaha	0,953	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis data

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data penelitian yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewnews. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan mengenai variabel-variabel penelitian yaitu pendidikan kewirausahaan (X1), *self efficacy* (X2), penggunaan media sosialo (X3), motivasi berwirausaha (Z), dan minat berwirausaha (Y). Hal ini dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

Penentuan kategori deskriptif dapat dilakukan dengan langkah – langkah sebagai berikut.

1. Menentukan nilai tertinggi dengan rumus = skor maksimal x $\sum soal$
2. Menentukan nilai terendah dengan rumus = skor minimal x $\sum soal$

3. Menentukan rentang dengan rumus = nilai tertinggi – nilai terendah
4. Menentukan banyak kelas internal yang diperlukan.

Dalam penelitian ini banyaknya kelas disesuaikan dengan kriteria skor pada penelitian, yakni ada 5 kriteria, sehingga intervalnya sebanyak 5 kelas.

5. Menentukan interval dengan rumus = (rentang + 1) / banyak kelas
6. Memilih ujung bawah kelas sebagai interval pertama.
7. Membuat tabel kriteria.

Untuk menentukan kategori deskriptif variable minat berwirausaha, dibuat tabel kategori yang disusun dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Nilai maksimum} &= 5 \times 17 \\ &= 85 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai minimum} &= 1 \times 17 \\ &= 17 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= 85 - 17 \\ &= 68 \end{aligned}$$

$$\text{Banyaknya kelas} = 5$$

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= (68+1) / 5 \\ &= 13,8 \text{ (dibulatkan menjadi 14)} \end{aligned}$$

Tabel 3.9. Jenjang Kriteria Variabel Minat Berwirausaha.

No	Interval	Kriteria
1	73 - 86	Sangat Tinggi
2	59 - 72	Tinggi
3	45 - 58	Sedang
4	31 - 44	Rendah
5	17 - 30	Sangat Rendah

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Untuk menentukan kategori deskriptif variabel pendidikan kewirausahaan, dibuat tabel kategori yang disusun dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Nilai maksimum} &= 5 \times 13 \\ &= 65 \\ \text{Nilai minimum} &= 1 \times 13 \\ &= 13 \\ \text{Rentang} &= 65 - 13 \\ &= 52 \\ \text{Banyaknya kelas} &= 5 \\ \text{Interval} &= (52+1) / 5 \\ &= 10,6 \text{ (dibulatkan menjadi 11)} \end{aligned}$$

Tabel 3.10. Jenjang Kriteria Variabel Pendidikan Kewirausahaan

No	Interval	Kriteria
1	57 – 67	Sangat Tinggi
2	46 – 56	Tinggi
3	35 – 45	Sedang
4	24 – 34	Rendah
5	13 – 23	Sangat Rendah

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Untuk menentukan kategori deskriptif variable *self efficacy*, dibuat tabel kategori yang disusun dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Nilai maksimum} &= 5 \times 9 \\ &= 45 \\ \text{Nilai minimum} &= 1 \times 9 \\ &= 9 \\ \text{Rentang} &= 45 - 9 \end{aligned}$$

$$= 36$$

Banyaknya kelas = 5

$$\text{Interval} = (36+1) / 5$$

$$= 7,4 \text{ (dibulatkan menjadi 8)}$$

Tabel 3.11. Jenjang Kriteria Variabel *Self Efficacy*

No	Interval	Kriteria
1	41 – 48	Sangat Tinggi
2	33 - 40	Tinggi
3	25 – 32	Sedang
4	17 – 24	Rendah
5	9 – 16	Sangat Rendah

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 3.12. Jenjang Kriteria Variabel Penggunaan Media Sosial

No	Interval	Kriteria
1	73 - 86	Sangat Tinggi
2	59 – 72	Tinggi
3	45 – 58	Sedang
4	31- 44	Rendah
5	17 – 30	Sangat Rendah

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Untuk menentukan kategori deskriptif variable penggunaan media sosial, dibuat tabel kategori yang disusun dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\text{Nilai maksimum} = 5 \times 17$$

$$= 85$$

$$\text{Nilai minimum} = 1 \times 17$$

$$= 17$$

$$\text{Rentang} = 85 - 17$$

$$= 68$$

$$\text{Banyaknya kelas} = 5$$

$$\begin{aligned}\text{Interval} &= (68+1) / 5 \\ &= 13,8 \text{ (dibulatkan menjadi 14)}\end{aligned}$$

Untuk menentukan kategori deskriptif variable motivasi berwirausaha, dibuat tabel kategori yang disusun dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\begin{aligned}\text{Nilai maksimum} &= 5 \times 10 \\ &= 50\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai minimum} &= 1 \times 10 \\ &= 10\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Rentang} &= 50 - 10 \\ &= 40\end{aligned}$$

$$\text{Banyaknya kelas} = 5$$

$$\begin{aligned}\text{Interval} &= (40+1) / 5 \\ &= 8,2 \text{ (dibulatkan menjadi 9)}\end{aligned}$$

Tabel 3.13. Jenjang Kriteria Variabel Motivasi Berwirausaha

No	Interval	Kriteria
1	46 – 54	Sangat Tinggi
2	37 - 45	Tinggi
3	28 – 36	Sedang
4	19 – 27	Rendah
5	10 – 18	Sangat Rendah

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

3.6.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik atau tidak.

Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.6.2.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data pada variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal, sedangkan distribusi normal dapat diketahui dengan melihat penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2013). Analisis yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dalam penelitian ini menggunakan grafik histogram dan *probability plot*. Menurut Ghozali (2013) grafik histogram digunakan untuk membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Kemudian *probability plot* digunakan untuk membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.2.1.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat, atau kubik Ghazali (2013). Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan Uji *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bersifat linear.

3.6.2.1.3 Uji Multikolinearitas

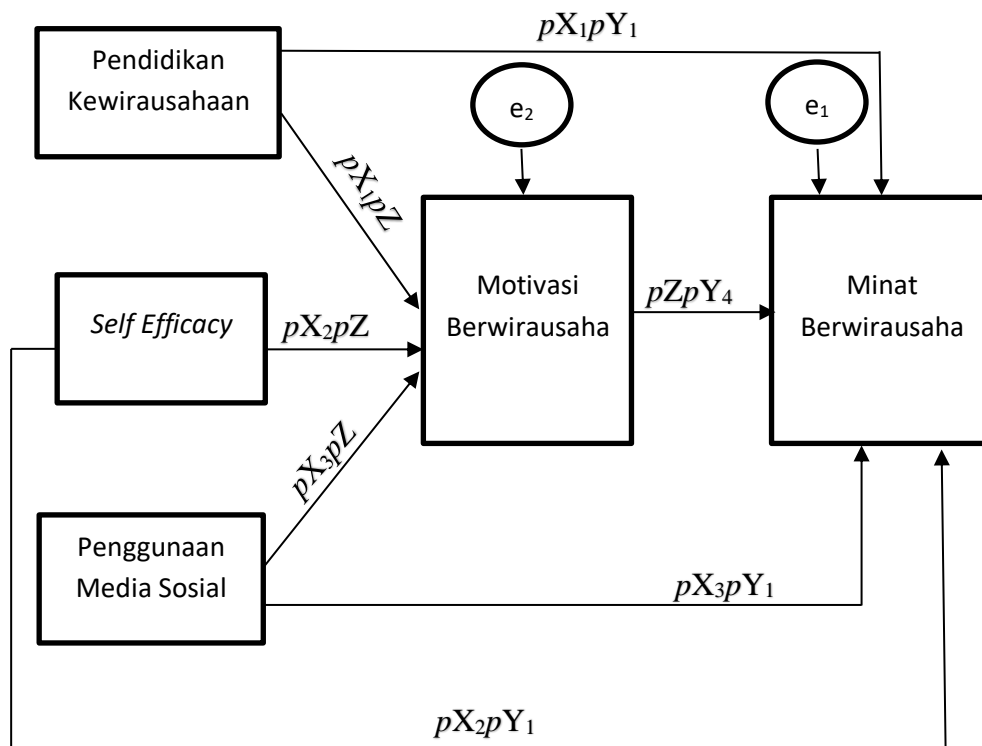
Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2013). Multikolinearitas dapat dilihat dari SPSS pada nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai *Tolerance*. Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2013).

3.6.2.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas salah satu cara yang bisa digunakan adalah dengan menggunakan Uji Gletser. Jika hasil Uji Gletser menunjukkan bahwa nilai signifikansinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi hetero kedastisitas.

3.6.2.2 Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda. Analisis jalur bertujuan untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas dengan variabel terikat (Al-Rasyid, 1993). Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha dan apakah pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, penggunaan media sosial dimediasi oleh motivasi berwirausaha, sebagaimana dapat dilihat dalam Gambar 3.3.



Gambar 3.3. Model Diagram Jalur

Berdasarkan Gambar 3.3. hubungan berdasarkan teori bahwa pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial mempunyai hubungan langsung terhadap minat berwirausaha (pX_1pY_1 , pX_2pY_1 , pX_3pY_1). Kemudian

motivasi berwirausaha memiliki hubungan ke minat berwirausaha ($pZpY_1$). Selain itu pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial juga mempunyai hubungan tidak langsung ke minat berwirausaha (pX_1pZ , pX_2pZ , pX_3pZ). Setiap nilai p menggambarkan jalur dan koefisien jalur. Koefisien jalur merupakan *standardize* koefisien regresi. Koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan structural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan.

Dalam penelitian ini persamaan untuk hipotesis terdapat dua persamaan structural yaitu sebagai berikut.

1. Persamaan Pertama

$$Y_1 = p_1X_1 + p_2X_2 + p_3X_3 + p_4Z + e_1$$

Keterangan:

Y : Minat berwirausaha

$p_1p_2p_3p_4$: Koefisien Regresi

X_1 : Pendidikan Kewirausahaan

X_2 : *Self Efficacy*

X_3 : Penggunaan Media Sosial

e_1 : *Variance* variabel dependen (minat berwirausaha) yang tidak dijelaskan oleh variabel independen (pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial) dan variabel mediasi (motivasi berwirausaha)

2. Persamaan Kedua

$$Z = p_1X_1 + p_2X_2 + p_3X_3 + e_1$$

Keterangan:

Z : Motivasi Berwirausaha (Variabel Mediasi)

X₁ : Pendidikan Kewirausahaan

X₂ : *Self Efficacy*

X₃ : Penggunaan Media Sosial

e₁ : *Variance* variabel yang tidak dijelaskan oleh variabel independen (pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial).

3. Total Pengaruh

Untuk mengetahui total pengaruh hubungan tidak langsung variabel independent terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi dapat menggunakan rumus berikut.

- a. Total pengaruh hubungan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha = $p_1 + (p_2 \times p_4)$.

Keterangan:

p₁ : pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

p₅ : pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha.

p₄ : pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha.

- b. Total pengaruh hubungan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha = $p_2 + (p_6 \times p_4)$.

Keterangan:

p₂ : pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha

p_6 : pengaruh *self efficacy* terhadap motivasi berwirausaha

p_4 : pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha

- c. Total pengaruh hubungan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha = $p_3 + (p_7 \times p_4)$.

p_3 : pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha

p_7 : pengaruh penggunaan media sosial terhadap motivasi berwirausaha

p_4 : pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha

3.6.2.3 Uji Sobel

Uji Sobel digunakan untuk menguji hipotesis mediasi (Ghozali, 2013). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui variabel mediasi (Z). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \longrightarrow Y$ (a) dengan jalur $Z \longrightarrow Z$ (b) atau ab. Jadi koefisien $ab = (c-c')$. dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol Z, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol Z.

Uji Sobel dapat langsung dilakukan dengan menggunakan *Sobel Test Calculator for Significance of Mediation*. Nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t table, apabila t hitung > t table maka terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2013). Mediasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu mediasi penuh dan mediasi Sebagian. Mediasi penuh menunjukkan bahwa variabel independent sepenuhnya dimediasi oleh variabel mediasi karena tidak ada lagi pengaruh dari variabel independent terhadap dependen. Mediasi Sebagian menunjukkan bahwa disamping memiliki

pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi, variabel independent juga memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji Sobel digunakan untuk menguji:

H₈ : Ada pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017.

H₉ : Ada pengaruh positif dan *self efficacy* melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017.

H₁₀ : Ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES tahun angkatan 2017.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran secara individual dengan melihat distribusi data yang diperoleh dari jawaban responden yang meliputi nilai terendah (minimum), nilai tertinggi (maksimum), nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi (std. deviation). Variabel dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha (Y), pendidikan kewirausahaan (X1), *self efficacy* (X2), penggunaan media sosial (X3), dan motivasi berwirausaha (Z). Hasil pengolahan data disertai penjelasan analisis statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian.

4.1.1.1. Analisis Deskriptif Minat Berwirausaha

Statistik deskriptif variabel pemilihan karier akuntan publik yang diolah dengan bantuan SPSS Statistics 21 dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Deskriptif Analisis Minat Berwirausaha.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Minat Berwirausaha	104	24	85	64.34	12.840
Valid N (listwise)	104				

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.1. dapat dilihat bahwa dari 104 responden, nilai terendah dan nilai tertinggi variabel pemilihan karier akuntan publik masing-masing sebesar 24 dan 85. Rata-rata nilai dari pemilihan karier akuntan publik sebesar 64,34 dengan standar deviasi sebesar 12,840. Berdasarkan kategori deskriptif, nilai rata-

rata yang diperoleh menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES Angkatan 2017 tergolong tinggi. Kriteria ini didasarkan pada analisis statistik deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori	Rata-Rata
1.	73 – 86	29	27,9%	Sangat Tinggi	64,34
2.	59 – 72	46	44,2%	Tinggi	
3.	45 – 58	19	18,3%	Sedang	
4.	31- 44	9	8,7%	Rendah	
5.	17 – 30	1	1%	Sangat Rendah	
Jumlah/Kategori		104	100%		Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.2. menunjukkan distribusi frekuensi minat berwirausaha terkonsentrasi pada interval 59 sampai dengan 72 yaitu sebanyak 44,2% dari total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini dan berada pada kategori tinggi. Dari total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini, sebesar 27,9% berada pada kategori sangat tinggi, 18,3% berada pada kategori sedang, 8,7% berada pada kategori rendah, dan 1% berada pada katerogri sangat rendah.

Variabel minat berwirausaha diukur dengan menggunakan lima indikator. Kelima indikator tersebut adalah membuat pilihan pekerjaan, merasa tertarik untuk berwirausaha, merasa senang untuk berwirausaha, berkeinginan untuk berwirausaha, dan berani mengambil risiko untuk meraih sukses. Secara lebih rinci analisis statistik deskriptif tentang minat berwirausaha ditinjau dari setiap indikator dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Indikator Minat Berwirausaha

N0	Indikator	Mean	Kategori
1.	Membuat pilihan pekerjaan	11,31	Tinggi
2.	Merasa tertarik untuk berwirausaha	15.63	Sedang
3.	Merasa senang untuk berwirausaha	7.59	Tinggi
4.	Berkeinginan untuk berwirausaha	11.40	Tinggi
5.	Berani mengambil risiko untuk meraih sukses	18.40	Sedang

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

4.1.1.2. Analisis Deskriptif Pendidikan Kewirausahaan

Statistik deskriptif dari variabel pendidikan kewirausahaan yang diolah dengan bantuan SPSS Statistics 21 dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4. Deskriptif Statistik Pendidikan Kewirausahaan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pendidikan Kewirausahaan	104	21	65	48.46	8.749
Valid N (listwise)	104				

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.4. dapat dilihat bahwa dari 104 responden, nilai terendah dan nilai tertinggi variabel pendidikan kewirausahaan masing-masing sebesar 21 dan 65. Rata-rata nilai dari pemilihan karier akuntan publik sebesar 48,46 dengan standar deviasi sebesar 8, 749.

Berdasarkan kategori deskriptif, nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES Angkatan 2017 mengenai pendidikan kewirausahaan tergolong tinggi. Kriteria ini didasarkan pada analisis statistik deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Variabel Pendidikan Kewirausahaan

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori	Rata-Rata
1.	57 - 67	19	18,3%	Sangat Tinggi	48,46
2.	46 – 56	54	51,9%	Tinggi	
3.	35 – 45	25	24%	Sedang	
4.	24 - 34	5	4,8%	Rendah	
5.	13 – 23	1	1%	Sangat Rendah	
Jumlah/Kategori		104	100%		Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.5. menunjukkan distribusi frekuensi pendidikan kewirausahaan terkonsentrasi pada interval 46 sampai dengan 56 yaitu sebanyak 51,9% dari total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini dan berada pada kategori tinggi. Dari total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini, sebesar 18,3% berada pada kategori sangat tinggi, 24% berada pada kategori sedang, 4,8% berada pada kategori rendah, dan 1% berada pada katerogri sangat rendah.

Variabel pendidikan kewirausahaan diukur dengan menggunakan tiga indikator. Ketiga indikator tersebut adalah memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa, mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri, dan mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya.

Secara lebih rinci analisis statistik deskriptif tentang pendidikan kewirausahaan ditinjau dari setiap indikator dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Indikator Pendidikan Kewirausahaan

N0	Indikator	Mean	Kategori
1.	Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa	18,57	Sedang
2.	Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri	14,99	Sedang
3.	Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya.	14,90	Sedang

Sumber: Data yang diolah, 2020

4.1.1.3. Analisis Deskriptif *Self Efficacy*

Statistik deskriptif variabel *self efficacy* yang diolah dengan bantuan SPSS Statistics 21 dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7. Deskriptif Statistik *Self Efficacy*

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Self Efficacy	104	13	45	33.74	6.269
Valid N (listwise)	104				

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.7. dapat dilihat bahwa dari 112 responden, nilai terendah dan nilai tertinggi variabel *self efficacy* masing-masing sebesar 13 dan 45. Rata-rata nilai dari *self efficacy* sebesar 33,74 dengan standar deviasi sebesar 6,378.

Berdasarkan kategori deskriptif, nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES Angkatan 2017 mengenai *self efficacy* tergolong tinggi. Kriteria ini didasarkan pada analisis statistik deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Variabel *Self Efficacy*

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori	Rata-Rata
1.	41 – 48	16	15,4%	Sangat Tinggi	33,74
2.	33 - 40	48	46,2%	Tinggi	
3.	25 – 32	34	32,7%	Sedang	
4.	17 – 24	5	4,8%	Rendah	
5.	9 – 16	1	1%	Sangat Rendah	
Jumlah/Kategori		104	100%		Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.8. menunjukkan distribusi frekuensi *self efficacy* terkonsentrasi pada interval 33 sampai dengan 40 yaitu sebanyak 46,2% dari total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini dan berada pada kategori tinggi. Dari total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini, sebesar 15,4% berada pada kategori sangat tinggi, 32,7% berada pada kategori sedang, 4,8% berada pada kategori rendah, dan 1% berada pada katerogri sangat rendah.

Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Indikator *Self Efficacy*

N0	Indikator	Mean	Kategori
1.	Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa	10,27	Tinggi
2.	Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri	11,46	Tinggi
3.	Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya.	12,01	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Variabel *self efficacy* diukur dengan menggunakan tiga indikator. Ketiga indikator tersebut adalah *magnitude*, *generality*, dan *strength*. Secara lebih rinci

analisis statistik deskriptif tentang minat berwirausaha ditinjau dari setiap indikator dapat dilihat pada Tabel 4.9.

4.1.1.4. Analisis Deskriptif Penggunaan Media Sosial

Statistik deskriptif variabel penggunaan media sosial yang diolah dengan bantuan SPSS Statistics 21 dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10. Deskripsi Analisis Penggunaan Media Sosial

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penggunaan Media Sosial	104	37	84	64.51	10.407
Valid N (listwise)	104				

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.10. dapat dilihat bahwa dari 112 responden, nilai terendah dan nilai tertinggi variabel penggunaan media sosial masing-masing sebesar 37 dan 84. Rata-rata nilai dari penggunaan media sosial sebesar 64,51 dengan standar deviasi sebesar 10,407.

Tabel 4.11. Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Media Sosial

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori	Rata-Rata
1.	73 - 86	22	21,2%	Sangat Tinggi	64,51
2.	59 - 72	62	59,6%	Tinggi	
3.	45 - 58	14	13,5%	Sedang	
4.	31- 44	6	5,8%	Rendah	
5.	17 - 30	0	0%	Sangat Rendah	
Jumlah/Kategori		104	100%		Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan kategori deskriptif, nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES Angkatan 2017 mengenai penggunaan media sosial tergolong tinggi. Kriteria ini didasarkan pada analisis statistik deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11. menunjukkan distribusi frekuensi penggunaan media sosial terkonsentrasi pada interval 59 sampai dengan 72 yaitu sebanyak 59,6% dari total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini dan berada pada kategori tinggi. Dari total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini, sebesar 21,2% berada pada kategori sangat tinggi, 13,5% berada pada kategori sedang, 5,8% berada pada kategori rendah, dan tidak ada yang berada pada kategori sangat rendah.

Variabel penggunaan media sosial diukur dengan menggunakan lima indikator. Kelima indikator tersebut adalah frekuensi penggunaan media sosial dalam sehari, kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial, manfaat dari penggunaan media sosial, keaktifan penggunaan media sosial, dan ketrampilan siswa menggunakan media sosial. Secara lebih rinci analisis statistik deskriptif tentang minat berwirausaha ditinjau dari setiap indikator dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12. Distribusi Frekuensi Indikator Penggunaan Media Sosial

N0	Indikator	Mean	Kategori
1.	Frekuensi penggunaan media sosial dalam sehari	11,37	Tinggi
2.	Kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial	9,91	Sedang
3.	Manfaat dari penggunaan media sosial	12,38	Tinggi
4.	Keaktifan penggunaan media sosial	15,57	Sedang
5.	ketrampilan siswa menggunakan media sosial	1529	Sedang

Sumber: Data primer yang sudah diolah, 2020

4.1.1.5. Analisis Deskriptif Motivasi Berwirausaha

Statistik deskriptif variabel motivasi berwirausaha yang diolah dengan bantuan SPSS Statistics 21 dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13. Deskriptif Analisis Motivasi Berwirausaha
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Motivasi Berwirausaha	104	19	50	42.28	7.757
Valid N (listwise)	104				

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.13. dapat dilihat bahwa dari 112 responden, nilai terendah dan nilai tertinggi variabel motivasi berwirausaha masing-masing sebesar 19 dan 50. Rata-rata nilai dari motivasi berwirausaha sebesar 42,28 dengan standar deviasi sebesar 7,757.

Tabel 4.14. Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Berwirausaha

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori	Rata-Rata
1.	46 – 54	44	42,3%	Sangat Tinggi	42,28
2.	37 - 45	46	44,2%	Tinggi	
3.	28 – 36	6	5,8%	Sedang	
4.	19 – 27	8	7,7%	Rendah	
5.	10 – 18	0	0%	Sangat Rendah	
Jumlah/Kategori		104	100%		Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan kategori deskriptif, nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES

Angkatan 2017 tergolong tinggi. Kriteria ini didasarkan pada analisis statistik deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14. menunjukkan distribusi frekuensi motivasi berwirausaha terkonsentrasi pada interval 37 sampai dengan 45 yaitu sebanyak 44,2% dari total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini dan berada pada kategori tinggi. Dari total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini, sebesar 42,3% berada pada kategori sangat tinggi, 5,8% berada pada kategori sedang, 7,7% berada pada kategori rendah, dan tidak ada yang berada pada kategory sangat rendah.

Variabel motivasi berwirausaha diukur dengan menggunakan empat indikator. Keempat indikator tersebut adalah alasan keuangan, alasan sosial, alasan pelayanan, dan alasan pemenuhan. Secara lebih rinci analisis statistik deskriptif tentang minat berwirausaha ditinjau dari setiap indikator dapat dilihat pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15. Distribusi Frekuensi Indikator Motivasi Berwirausaha

N0	Indikator	Mean	Kategori
1.	Alasan keuangan	12.35	Tinggi
2.	Alasan sosial	7.97	Sedang
3.	Alasan pelayanan	13.12	Sangat Tinggi
4.	Alasan pemenuhan	8.85	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

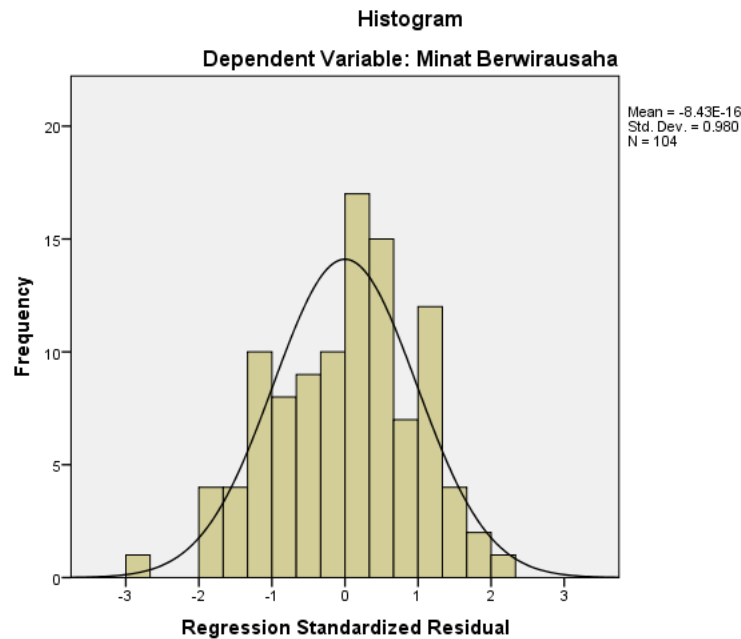
4.1.2. Uji Asumsi Klasik

4.1.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data pada variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal, sedangkan distribusi normal dapat diketahui dengan melihat penyebaran data

statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2011). Analisis yang digunakan untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan grafik histogram dan *probability plot*. Menurut Ghozali (2011) grafik histogram digunakan untuk membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Kemudian *probability plot* digunakan untuk membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas:

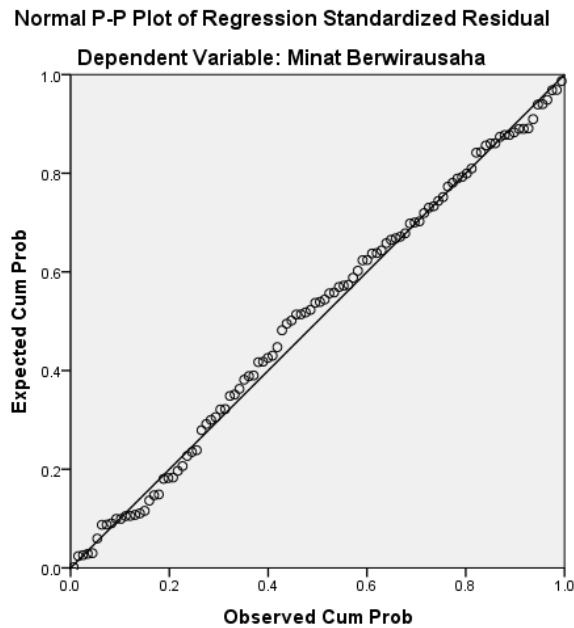
- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini adalah hasil uji normalitas data dengan menggunakan grafik histogram dan *probability plot*:



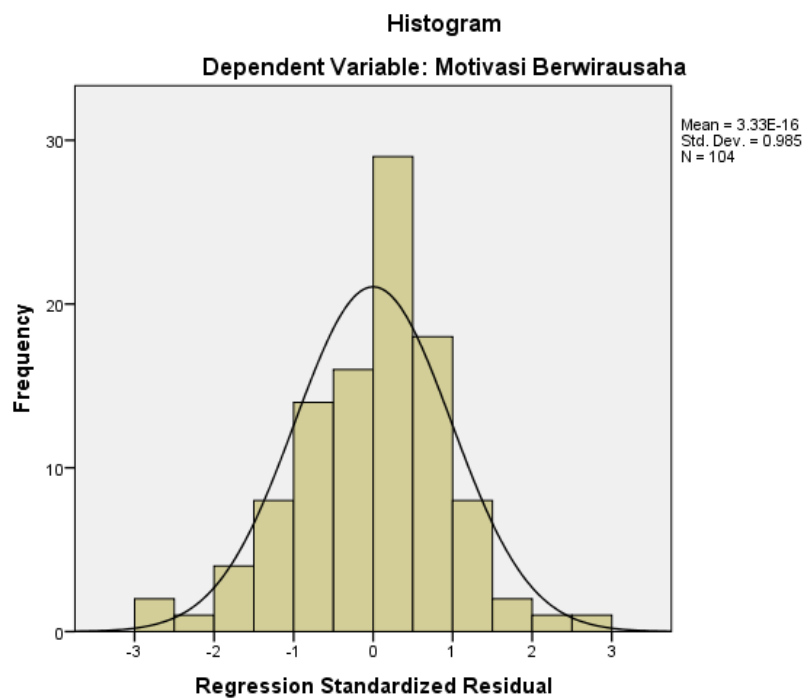
Gambar 4.1. Grafik Histogram Uji Normalitas dengan Variabel Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Dengan melihat tampilan grafik histogram, pada Gambar 4.1. menunjukkan pola data terdistribusi secara normal, karena bentuk kurva pada histogram memiliki bentuk seperti lonceng. Kemudian untuk lebih memastikan hasil analisis, uji normalitas penelitian ini juga melihat dengan normal *probability plot*. Grafik normal *probability plot* menggambarkan bahwa data terdistribusi normal.

Pada Gambar 4.2. terlihat data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis atau grafik histogramnya. Uji normalitas baik dengan menggunakan grafik histogram maupun grafik normal *probability plot* menyatakan bahwa data penelitian ini mendekati distribusi normal. Berikut ini hasil uji normalitas terlihat pada grafik normal *probability plot*.



Gambar 4.2. Grafik Normal Probability Plot dengan Variabel Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

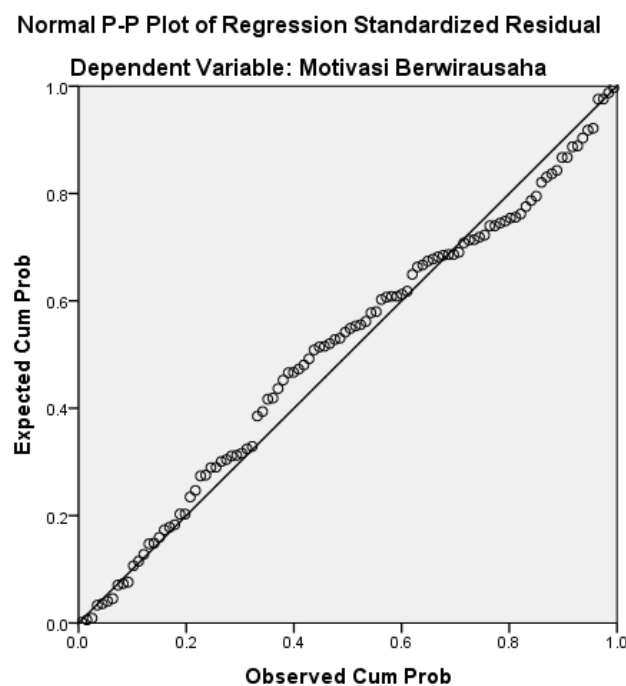


Gambar 4.3. Grafik Histogram Uji Normalitas dengan Variabel Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Dengan melihat tampilan grafik histogram, pada Gambar 4.3. menunjukkan pola data terdistribusi secara normal, karena bentuk kurva pada histogram memiliki bentuk seperti lonceng. Kemudian untuk lebih memastikan hasil analisis, uji normalitas penelitian ini juga melihat dengan normal *probability plot*.

Grafik normal *probability plot* menggambarkan bahwa data terdistribusi normal.

Pada Gambar 4.4. terlihat data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis atau grafik histogramnya. Uji normalitas baik dengan menggunakan grafik histogram maupun grafik normal *probability plot* menyatakan bahwa data penelitian ini mendekati distribusi normal. Berikut ini hasil uji normalitas terlihat pada grafik normal *probability plot*.



Gambar 4.4 Grafik Normal Probability Plot dengan Variabel Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

4.1.2.2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat, atau kubik (Ghozali, 2013). Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan Uji *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bersifat linear. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 4.16 dan Tabel 4.17.

Tabel 4.16. Hasil Uji Linearitas dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

No	Model Regresi	Nilai signifikansi <i>Linearity</i>	Nilai signifikansi <i>Linearity</i> Diisyaratkan	Keterangan
1	Minat Berwirausaha * Pendidikan Kewirausahaan	0,000	$< 0,05$	Linear
2	Minat Berwirausaha * <i>Self Efficacy</i>	0,000	$< 0,05$	Linear
3	Minat Berwirausaha * Penggunaan Media Sosial	0,000	$< 0,05$	Linear
4	Minat Berwirausaha * Motivasi Berwirausaha	0,000	$< 0,05$	Linear

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.16. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Linearity* masing-masing model regresi sebesar 0,000, dimana nilai nilai signifikansi *Linearity* tersebut lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dengan minat berwirausaha sebagai variabel dependen bersifat linear.

Tabel 4.17. Hasil Uji Linearitas dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

No	Model Regresi	Nilai signifikansi <i>Linearity</i>	Nilai signifikansi <i>Linearity</i> Diisyaratkan	Keterangan
1	Motivasi Berwirausaha * Pendidikan Kewirausahaan	0,000	< 0,05	Linear
2	Motivasi Berwirausaha * <i>Self Efficacy</i>	0,000	< 0,05	Linear
3	Motivasi Berwirausaha * Penggunaan Media Sosial	0,000	< 0,05	Linear

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Kemudian Berdasarkan Tabel 4.17. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Linearity* masing-masing model regresi sebesar 0,000, dimana nilai nilai signifikansi *Linearity* tersebut lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dengan motivasi berwirausaha sebagai variabel dependen bersifat linear.

4.1.2.3. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2013). Multikolonieritas dapat dilihat dari SPSS pada nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai *Tolerance*. Jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas (Ghozali, 2013).

Berdasarkan Tabel 4.18. dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* X1 sebesar 0,268, nilai *Tolerance* X2 sebesar 0,281, nilai *Tolerance* X3 sebesar 0,289, dan

nilai *Tolerance* Z sebesar 0,352. Variabel X1, X2, X3, dan Z memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10. Kemudian dapat diketahui bahwa nilai VIF X1 sebesar 3,731, nilai VIF X2 sebesar 3,554, nilai VIF X3 sebesar 3,465, dan nilai VIF Z sebesar 2,839. Variabel X1, X2, X3, dan Z memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dengan minat berwirausaha sebagai variabel dependen tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.18. Hasil Uji Multikolonieritas dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)	.147		
1 Pendidikan Kewirausahaan (X1)	.017	.268	3.731
Self Efficacy (X2)	.000	.281	3.554
Penggunaan Media Sosial (X3)	.586	.289	3.465
Motivasi Berwirausaha (Z)	.000	.352	2.839

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.19. dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* X1 sebesar 0,270, nilai *Tolerance* X2 sebesar 0,297, dan nilai *Tolerance* X3 sebesar 0,366. Variabel X1, X2, dan X3 memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10. Kemudian dapat diketahui bahwa nilai VIF X1 sebesar 3,704, nilai VIF X2 sebesar 3,362, dan nilai VIF X3 sebesar 2,736. Variabel X1, X2, dan X3 memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dengan minat berwirausaha sebagai variabel dependen tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.19. Hasil Uji Multikolonieritas dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)	.332		
2 Pendidikan Kewirausahaan (X1)	.400	.270	3.704
Self Efficacy (X2)	.018	.297	3.362
Penggunaan Media Sosial (X3)	.000	.366	2.736

Sumber: Data primer yang diolah ,2020

4.1.2.4. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas salah satu cara yang bisa digunakan adalah dengan menggunakan Uji Glejser. Jika hasil Uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi hetero kedastisitas.

Berdasarkan Tabel 4.20. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi X1 sebesar 0,779, nilai signifikansi X2 sebesar 0,259, nilai signifikansi X3 sebesar 0,760, dan nilai signifikansi Z sebesar 0,224. Variabel X1, X2, X3, dan Z memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi dengan minat berwirausaha sebagai variabel dependen tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.20. Uji Heteroskedastisitas dengan Variabel Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.649	2.080		2.236	.028
	Pendidikan Kewirausahaan (X1)	.020	.071	.054	.281	.779
	Self Efficacy (X2)	-.110	.097	-.213	-1.136	.259
	Penggunaan Media Sosial (X3)	-.018	.058	-.057	-.306	.760
	Motivasi Berwirausaha (Z)	.086	.070	.205	1.224	.224

Sumber: Data yang diolah, 2020

Tabel 4.21. Uji Heteroskedastisitas dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
2	(Constant)	10.558	1.754		6.018	.000
	Pendidikan Kewirausahaan (X1)	.013	.060	.037	.208	.835
	Self Efficacy (X2)	-.055	.080	-.116	-.686	.494
	Penggunaan Media Sosial (X3)	-.090	.043	-.317	-2.070	.041

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Sedangkan berdasarkan Tabel 4.21. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi X1 sebesar 0,835, nilai signifikansi X2 sebesar 0,494, dan nilai signifikansi X3 sebesar 0,041. Variabel X1, X2, dan X3 memiliki nilai signifikansi lebih besar dari

0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi dengan minat berwirausaha sebagai variabel dependen tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.3. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha dan apakah pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha sebagai variabel mediasi. Koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan struktural sebagai berikut.

1. Regresi Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, Penggunaan Media Sosial, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Persamaan regresi yang digunakan untuk menghitung regresi pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, penggunaan media sosial, dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha adalah sebagai berikut.

$$Y_1 = p_1X_1 + p_2X_2 + p_3X_3 + p_4Z + e_1$$

Keterangan:

Y : Minat berwirausaha

$p_1p_2p_3p_4$: Koefisien Regresi

X_1 : Pendidikan Kewirausahaan

X_2 : *Self Efficacy*

X_3 : Penggunaan Media Sosial

e_1 : *Variance* variabel dependen (minat berwirausaha) yang tidak dijelaskan oleh variabel independen (pendidikan kewirausahaan,

self efficacy, dan penggunaan media sosial) dan variabel mediasi (motivasi berwirausaha)

Tabel 4.22. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.182	3.547		-1.461	.147
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	.295	.122	.201	2.429	.017
1 Self Efficacy (X2)	.941	.166	.460	5.688	.000
Penggunaan Media Sosial (X3)	.054	.098	.044	.547	.586
Motivasi Berwirausaha (Z)	.472	.120	.285	3.951	.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.23. R. Square Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 ^a	.818	.811	5.586

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil output *SPSS Statistics 21* persamaan regresi dengan minat berwirausaha sebagai variabel dependen adalah sebagai berikut.

$$Y = 0,201X_1 + 0,460X_2 + 0,044X_3 + 0,285Z + e_1$$

$$e_1 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$e_1 = \sqrt{1 - 0,818} = \sqrt{0,182} = 0,4266$$

Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 0,201X_1 + 0,460X_2 + 0,044X_3 + 0,285Z + 0,4266$$

Berdasarkan tabel 4.22. dan 4.23 lebih lanjut dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Variabel pendidikan kewirausahaan (X_1) memiliki nilai t-hitung sebesar 2,429 dan nilai signifikansi $0,017 < 0,05$ dan sehingga H_1 yang mengatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha **diterima**.
- b. Koefisien variabel pendidikan kewirausahaan (X_1) sebesar 0,201 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel pendidikan kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha sebesar 0,201 dengan asumsi variabel lain konstan.
- c. Variabel *self efficacy* (X_2) memiliki nilai t-hitung sebesar 5,688 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_2 yang mengatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha **diterima**.
- d. Koefisien variabel *self efficacy* (X_2) sebesar 0,460 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *self efficacy* sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha sebesar 0,460 dengan asumsi variabel lain konstan.
- e. Variabel penggunaan media sosial (X_3) memiliki nilai t-hitung sebesar 0,547 dan nilai signifikansi sebesar $0,586 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha sehingga H_3 yang mengatakan bahwa ada pengaruh

positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha **ditolak**.

- f. Koefisien variabel penggunaan media sosial (X_3) sebesar 0,044 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel penggunaan media sosial sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha sebesar 0,044 dengan asumsi variabel lain konstan.
- g. Variabel motivasi berwirausaha (Z) memiliki nilai t-hitung sebesar 3,951 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_4 yang mengatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha **diterima**.
- h. Koefisien variabel motivasi berwirausaha (Z) sebesar 0,285 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel motivasi berwirausaha sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha sebesar 0,285 dengan asumsi variabel lain konstan.
- i. Nilai e_1 sebesar 0,4266 merupakan varians variabel yang tidak dijelaskan oleh variabel pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, penggunaan media sosial dan motivasi berwirausaha.

2. Regresi Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Motivasi Berwirausaha

Persamaan regresi yang digunakan untuk menghitung regresi pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial terhadap motivasi berwirausaha adalah sebagai berikut.

$$Z = \rho_1 X_1 + \rho_2 X_2 + \rho_3 X_3 + e_2$$

Keterangan:

Z : Motivasi Berwirausaha (Variabel Mediasi)

X1 : Pendidikan Kewirausahaan

X2 : *Self Efficacy*

X3 : Penggunaan Media Sosial

e_2 : *Variance* variabel dependen (minat berwirausaha) yang tidak dijelaskan oleh variabel independen (pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial)

Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.881	2.953		.976	.332
	Pendidikan Kewirausahaan (X1)	.086	.101	.097	.845	.400
	Self Efficacy (X2)	.322	.135	.261	2.395	.018
	Penggunaan Media Sosial (X3)	.378	.073	.507	5.163	.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.25. R. Square Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805 ^a	.648	.637	4.672	2.045

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil output *SPSS Statistics 21* persamaan regresi dengan minat berwirausaha sebagai variabel dependen adalah sebagai berikut.

$$Z = 0,097X_1 + 0,261X_2 + 0,507X_3 + e_2$$

$$e_2 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$e_2 = \sqrt{1 - 0,648} = \sqrt{0,352} = 0,593295 = 0,5933$$

Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$Z = 0,097X_1 + 0,261X_2 + 0,507X_3 + 0,5933$$

Berdasarkan tabel 4.24. dan 4.25 lebih lanjut dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Variabel pendidikan kewirausahaan (X_1) memiliki nilai t-hitung sebesar 0,845 dan nilai signifikansi sebesar $0,400 > 0,05$ sehingga H_5 yang mengatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha **ditolak**.
- b. Koefisien pendidikan kewirausahaan (X_1) sebesar 0,097 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel pendidikan kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan motivasi berwirausaha sebesar 0,097 dengan asumsi variabel lain konstan.
- c. Variabel *self efficacy* (X_2) memiliki nilai t-hitung sebesar 2,395 dan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$ sehingga H_6 yang mengatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* terhadap motivasi berwirausaha **diterima**.
- d. Koefisien variabel *self efficacy* (X_2) sebesar 0,261 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *self efficacy* sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan motivasi berwirausaha sebesar 0,261 dengan asumsi variabel lain konstan.

- e. Variabel penggunaan media sosial (X3) memiliki nilai t-hitung sebesar 5,163 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H7 yang mengatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap motivasi berwirausaha **diterima**.
- f. Koefisien variabel penggunaan media sosial (X3) sebesar 0,507 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel penggunaan media sosial sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan motivasi berwirausaha sebesar 0,507 dengan asumsi variabel lain konstan.
- g. Nilai e_2 sebesar 0,5933 merupakan varians variabel yang tidak dijelaskan oleh variabel pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial.

3. Total Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha melalui Motivasi Berwirausaha

Pengaruh hubungan tidak langsung variabel independent (pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial) terhadap variabel dependen (minat berwirausaha) melalui variabel mediasi (motivasi berwirausaha) dapat menggunakan rumus berikut.

- a. Total pengaruh hubungan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha

$$= p_1 + (p_5 \times p_4).$$

$$= 0,201 + (0,097 \times 0,285)$$

$$= 0,201 + 0,0276$$

$$= 0,2286$$

Keterangan:

p₁ : pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

p₅ : pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha.

p₄ : pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha.

b. Total pengaruh hubungan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha

$$= p_2 + (p_6 \times p_4)$$

$$= 0,460 + (0,261 \times 0,285)$$

$$= 0,460 + 0,07438$$

$$= 0,53438 = 0,534 \text{ (dibulatkan)}$$

Keterangan:

p₂ : pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha

p₆ : pengaruh *self efficacy* terhadap motivasi berwirausaha

p₄ : pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha

c. Total pengaruh hubungan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha

$$= p_3 + (p_7 \times p_4)$$

$$= 0,044 + (0,507 \times 0,285)$$

$$= 0,044 + 0,14449$$

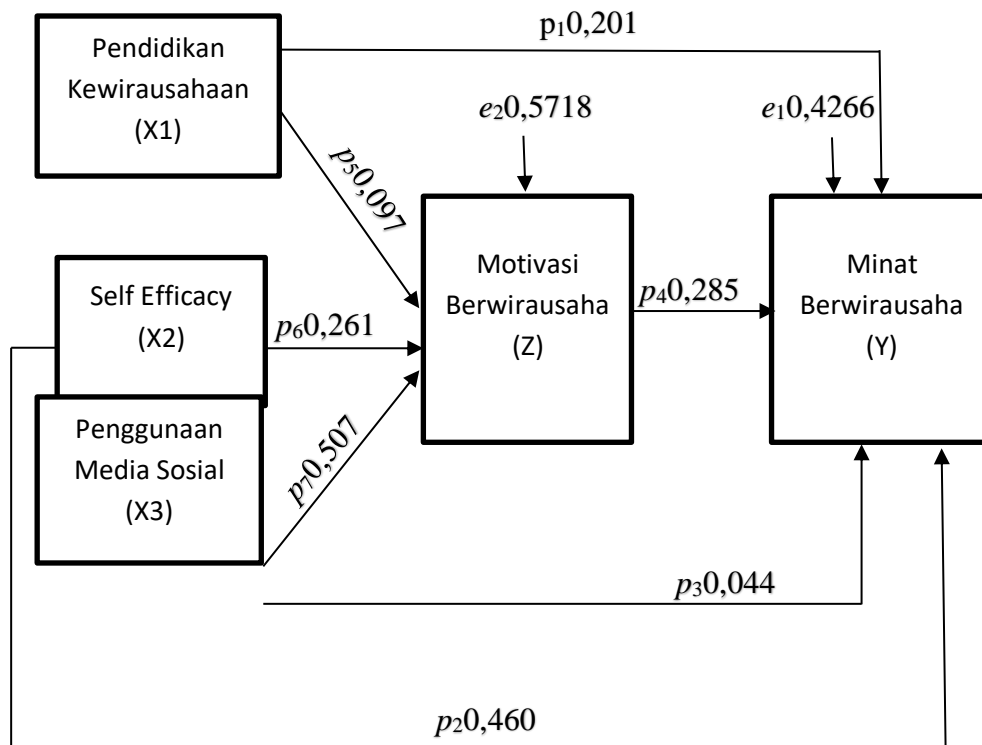
$$= 0,18849 = 0,1885 \text{ (dibulatkan)}$$

p₃ : pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha

p₇ : pengaruh penggunaan media sosial terhadap motivasi berwirausaha

p_4 : pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha

Berdasarkan hasil total pengaruh tersebut, maka dapat dibentuk analisis jalur yang disajikan pada Gambar 4.5.



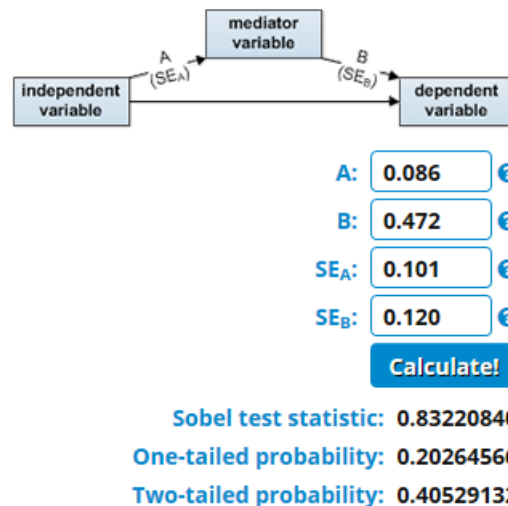
Gambar 4.5. Analisis Jalur

4.1.4. Uji Sobel (*Sobel Test*)

Pengujian hipotesis pengaruh variabel mediasi dilakukan dengan menggunakan uji sobel. Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui variabel mediasi (Z). Penelitian ini menggunakan sobel test calculator for significance of mediation melalui website www.danielsoper.com untuk menguji Hipotesis 8, Hipotesis 9, dan Hipotesis 10. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 maka hipotesis adanya pengaruh mediasi diterima,

sebaliknya jika nilai probability lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 maka hipotesis adanya pengaruh mediasi ditolak.

1. Pengaruh pendidikan kewirausahaan melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha

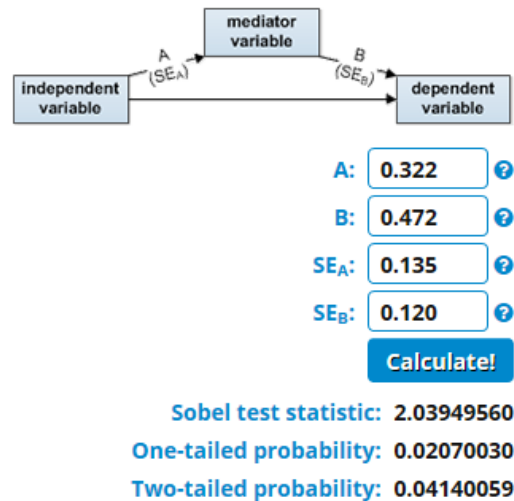


Sumber: Data yang diolah, 2020

Gambar 4.6. Hasil Uji Sobel Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan Gambar 4.6. menunjukkan bahwa hasil perhitungan *Sobel Test* diperoleh nilai *one-tailed probability* sebesar $0,2026 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H₈ yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha **ditolak**.

2. Pengaruh *self efficacy* melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha

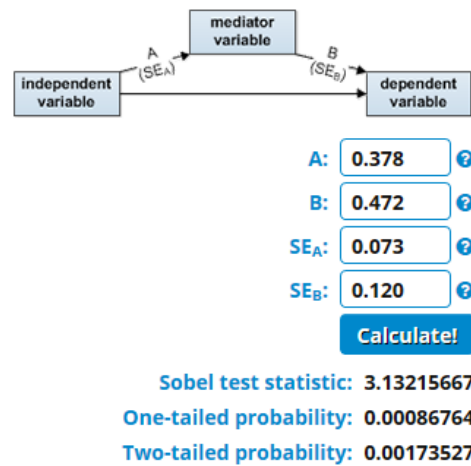


Sumber: Data yang diolah, 2020

Gambar 4.7. Hasil Uji Sobel Pengaruh *Self Efficacy* melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan Gambar 4.7. menunjukkan bahwa hasil perhitungan *Sobel Test* diperoleh nilai *one-tailed probability* sebesar $0,0207 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H₉ yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha **diterima**. Berdasarkan hasil uji regresi didapatkan bahwa pengaruh langsung *self efficacy* terhadap minat berwirausaha signifikan maka disebut *partial mediation* (mediasi sebagian).

3. Pengaruh penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha



Sumber: Data yang diolah, 2020

Gambar 4.8. Hasil Uji Sobel Pengaruh Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan Gambar 4.8. menunjukkan bahwa hasil perhitungan *Sobel Test* diperoleh nilai *one-tailed probability* sebesar $0,00086 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H10 yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha **diterima**. Berdasarkan hasil uji regresi didapatkan bahwa pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha tidak signifikan maka disebut *full mediation* (mediasi penuh).

Tabel 4.26. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Hipotesis	Hasil Hipotesis		Keputusan Hasil Pengujian
		Koefisien	Sig.	
1.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha	0,201	0,017	Diterima
2.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>self efficacy</i> terhadap minat berwirausaha	0,460	0,000	Diterima
3.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha	0,044	0,586	Ditolak
4.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha	0,285	0,000	Diterima
5.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha	0,097	0,400	Ditolak
6.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>self efficacy</i> terhadap motivasi berwirausaha	0,261	0,018	Diterima
7.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap motivasi berwirausaha	0,507	0,000	Diterima
8.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha	0,0276	0,2026	Ditolak
9.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>self efficacy</i> melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha	0,07438	0,0207	Diterima
10.	Terdapat pengaruh penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha	0,14449	0,00086	Diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Model penelitian pengaruh langsung terhadap minat berwirausaha (Y) sebagai berikut.

$$Y = 0,201X_1 + 0,460X_2 + 0,044X_3 + 0,285Z + e_1$$

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa koefisien variabel pendidikan kewirausahaan (X_1) sebesar 0,201 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel pendidikan kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha sebesar 0,201 dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil analisis deskriptif variabel pendidikan kewirausahaan menunjukkan rata-rata sebesar 48,46 atau berada pada kategori tinggi. Variabel pendidikan kewirausahaan diukur dengan menggunakan tiga indikator. Ketiga indikator tersebut adalah memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa, mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri, dan mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya. Setiap indikator pada variabel pendidikan kewirausahaan menunjukkan nilai rata-rata yang termasuk ke dalam kategori sedang. Hasil analisis deskriptif perindikator menunjukkan bahwa dimensi memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa bernilai 18,57, mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri bernilai 14,99, dan mempersiapkan siswa memiliki sikap

kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensinya bernilai 14,90. Hal ini berarti dengan memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya kreativitas dan inovasi mahasiswa akan mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Minat berwirausaha diukur dengan indikator salah satunya yaitu berkeinginan untuk berwirausaha yang berada pada kategori tinggi. Di mana indikator tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES angkatan 2017 berkeinginan untuk berwirausaha, salah satunya dampak dari adanya pendidikan kewirausahaan yang ada di UNNES. Hal ini ditunjukkan dengan hasil jawaban responden pada pernyataan “Pendidikan kewirausahaan sangat bermanfaat bagi saya untuk bekal berwirausaha” yang menunjukkan rata – rata jawaban “setuju”.

Hal ini berarti mahasiswa merasa adanya pendidikan kewirausahaan membantu mereka untuk mendapatkan bekal sebelum mereka masuk kedalam dunia kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan sangat diperlukan sebagai penunjang keberhasilan suatu bisnis atau usaha. Seseorang yang mempunyai bakat di bidang kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya tersebut melalui pendidikan sehingga minat mahasiswa untuk berwirausaha semakin meningkat. Oleh karena itu pimpinan jurusan dan dosen selaku pengguna model penelitian dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa dengan mengelola pendidikan kewirausahaan yang sudah ada, salah satunya dengan cara meningkatkan kualitas pendidikan kewirausahaan yang ada di jurusan ekonomi pembangunan.

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* oleh Ajzen (2005) yang mengungkapkan bahwa pendidikan berkaitan dengan faktor latar belakang yang termasuk kedalam faktor sosial. Menurut TPB yang dikemukakan oleh Ajzen

(2005) bahwa faktor penentu utama minat yaitu keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Dalam TPB, pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang yang termasuk dalam kategori *behavioral belief*. *Behavioral belief* berkaitan dengan kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku. Menurut Wibowo (2013) pendidikan kewirausahaan merupakan upaya menginternalisasikan jiwa dan mental baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, training, dan nilai kewirausahaan yang akan membentuk karakter dan perilaku untuk berwirausaha agar kelak dapat mandiri dalam bekerja atau mandiri usaha.

Temuan pada penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiawan & Sukanti (2016), Syaifudin & Sagoro (2017), Aristuti & Widiyanto (2014), (Kirana, dkk (2018), (Pamungkas & Indah, 2017), dan Lestari & Wijaya (2012) yang juga menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku pada mahasiswa menjadi seorang wirausahawan (*entrepreneur*) sejati sehingga mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir.

4.2.2. Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Model penelitian pengaruh langsung terhadap minat berwirausaha (Y) sebagai berikut.

$$Y = 0,201X_1 + 0,460X_2 + 0,044X_3 + 0,285Z + e_1$$

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa koefisien variabel *self efficacy* (X_2) sebesar 0,460 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *self efficacy* sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha sebesar 0,460 dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil analisis deskriptif variabel *self efficacy* menunjukkan rata-rata sebesar 33,74 atau berada pada kategori tinggi. Variabel *self efficacy* diukur dengan menggunakan tiga indikator. Ketiga indikator tersebut adalah *magnitude*, *generality*, dan *strength*. Setiap indikator pada variabel *self efficacy* menunjukkan nilai rata-rata yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Hasil analisis deskriptif perindikator menunjukkan bahwa dimensi *magnitude* bernilai 10,27, *generality* bernilai 11,46, dan *strength* bernilai 12,01. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya *strength* atau kekuatan efikasi diri yang dimiliki oleh mahasiswa dapat mendorong minat berwirausaha mahasiswa.

Minat berwirausaha diukur dengan indikator salah satunya yaitu berkeinginan untuk berwirausaha yang berada pada kategori tinggi. Di mana indikator tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES Angkatan 2017 berkeinginan untuk berwirausaha, salah satunya dampak dari adanya kemampuan *self efficacy* yang dimiliki oleh mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES

angkatan 2017. Hal ini ditunjukkan dengan hasil jawaban responden pada pernyataan “Saya yakin kesuksesan dalam berwirausaha tidak muncul tiba-tiba, tetapi diperlukan proses” yang menunjukkan rata – rata jawaban “setuju”. Oleh karena itu pimpinan jurusan dan dosen selaku pengguna model penelitian dapat meningkatkan minat berwirausaha dengan mengelola kemampuan *self efficacy* yang dimiliki mahasiswa. Sebagai pendidik, dosen diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam meningkatkan kemampuan *self efficacy* mereka guna meningkatkan minat berwirausaha mereka.

Termuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* oleh Ajzen (2005) yang mengungkapkan bahwa *self efficacy* berkaitan dengan latar belakang yang termasuk ke dalam faktor pribadi atau dari dalam diri seseorang. Menurut TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (2005) bahwa faktor penentu utama minat yaitu keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. *Self Efficacy* dalam TPB termasuk berkaitan dengan *control belief*. Efikasi diri diduga akan mempengaruhi *self regulated learning*. Orang yang memiliki efikasi diri yang cukup tinggi atau percaya akan kemampuan dirinya sendiri akan lebih tenang dan rasional dalam menghadapi sebuah permasalahan.

Temuan pada penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kirana, dkk (2018) yang menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNS tahun Angkatan 2014-2016 dan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jailani, dkk (2017), Pamungkas & Indah (2017),

Marini & Hamidah (2014), dan Latifah (2017) yang juga menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

4.2.3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Model penelitian pengaruh langsung terhadap minat berwirausaha (Y) sebagai berikut.

$$Y = 0,201X_1 + 0,460X_2 + 0,044X_3 + 0,285Z + e_1$$

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa koefisien variabel penggunaan media sosial (X3) sebesar 0,044 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel penggunaan media sosial sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,004 dengan asumsi variabel lain konstan.

Temuan ini bertolak belakang dengan *Theory of Planned Behavior* oleh Ajzen (2005) yang mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial sebagai bagian dari faktor informasi yang melatar belakangi keyakinan seseorang. Menurut TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (2005) bahwa faktor penentu utama minat yaitu keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Penggunaan media sosial termasuk kedalam faktor informasi karena di dalam media sosial terdapat pengetahuan, pengalaman, serta paparan informasi yang bisa didapatkan oleh seseorang. Penggunaan media sosial dalam TPB termasuk dalam *normative beliefs* atau norma subjektif. Misalnya kerabat dan teman sebaya sering memposting seputar dunia kewirausahaan serta contoh pengusaha yang sukses. Mereka juga menilai bahwa berwirausaha memiliki peluang yang tinggi untuk sukses, sehingga mahasiswa memiliki minat berwirausaha. Hasil penelitian ini juga bertolak

belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Afriani (2015) yang menemukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Selain itu juga hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sahroh (2018) yang menyatakan bahwa tingkat penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata nilai variabel penggunaan media sosial sebesar 64,51 dan berada pada kategori tinggi. Hasil analisis deskriptif perindikator menunjukkan bahwa dimensi frekuensi penggunaan media sosial dalam sehari bernilai 11,37 dan manfaat dari penggunaan media sosial bernilai 12,38 atau berada pada kategori tinggi. Sedangkan dimensi kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial bernilai 9,91, keaktifan penggunaan media sosial bernilai 15,57, dan ketrampilan siswa menggunakan media sosial bernilai 15,29 dimana ketiga dimensi ini berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa seharusnya penggunaan media sosial dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Namun pada kenyataannya, hasil uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Peneliti menganalisis bahwa penyebab hasil penelitian tidak sejalan dengan hipotesis awal dan telaah teori dikarenakan tujuan atau alasan utama penggunaan internet. Berdasarkan laporan survei penetrasi & profil perilaku pengguna internet oleh APJII dan POLLING INDONESIA tahun 2018 disebutkan bahwa alasan utama penggunaan internet untuk berjualan online sebesar 2,4% dan sebagian besar

alasan utama penggunaan internet adalah untuk komunikasi online dan bermain media sosial. Mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES Angkatan 2017 sendiri menggunakan media sosial hanya sebatas untuk sarana berkomunikasi dan mencari hiburan disaat waktu luang.

Oleh karena itu baik pimpinan jurusan maupun dosen selaku pengguna model penelitian dapat meningkatkan minat berwirausaha dengan lebih memanfaatkan media sosial untuk mengenalkan kepada mahasiswa seputar kewirausahaan dan gambaran mengenai dunia wirausaha yang akan mahasiswa hadapi agar mahasiswa menjadi lebih tertarik dengan dunia wirausaha sehingga dapat meningkatkan minat berwirausaha mereka.

4.2.4. Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Model penelitian pengaruh langsung terhadap minat berwirausaha (Y) sebagai berikut.

$$Y = 0,201X_1 + 0,460X_2 + 0,044X_3 + 0,285Z + e_1$$

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa koefisien variabel motivasi berwirausaha (Z) sebesar 0,285 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel motivasi berwirausaha sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha sebesar 0,285 dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil analisis deskriptif variabel motivasi berwirausaha menunjukkan nilai rata-rata sebesar 42,28 dan berada pada kategori tinggi. Variabel motivasi berwirausaha diukur dengan menggunakan empat indikator. Keempat indikator tersebut adalah alasan keuangan, alasan sosial, alasan pelayanan, dan alasan

pemenuhan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif perindikator, dimensi alasan pelayanan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 13,12 dan termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa alasan pelayanan memiliki peran yang sangat besar terhadap motivasi berwirausaha sehingga pada akhirnya meningkatkan minat berwirausaha.

Minat berwirausaha dapat diukur dengan indikator salah satunya yaitu berkeinginan untuk berwirausaha yang berada pada kategori tinggi. Di mana indikator tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES angkatan 2017 berkeinginan untuk berwirausaha, salah satunya dampak dari adanya motivasi berwirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES angkatan 2017. Motivasi sendiri dapat berasal dari dalam diri mahasiswa maupun dari luar diri mahasiswa seperti dosen, pihak jurusan selaku salah satu pembuat kebijakan dalam kampus, keluarga, maupun lingkungan tempat tinggal mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pada indikator alasan pelayanan yang menunjukkan nilai rata-rata sebesar 13,12 dan termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti alasan pelayanan menjadi motivasi mahasiswa untuk berwirausaha sehingga dapat meningkatkan minat mereka untuk berwirausaha.

Penemuan pada penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* oleh Ajzen (2005) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha termasuk dalam *normative beliefs* atau kepercayaan normatif. Kepercayaan normatif yaitu kepercayaan tentang ekspektasi normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi-ekspektasi tersebut. Kepercayaan normatif menghasilkan tekanan sosial atau norma subjektif. Teori ini relevan dengan hasil pengujian

hipotesis pada penelitian ini yang mengungkapkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES Angkatan 2017 dimana alasan pelayanan menjadi motivasi mahasiswa untuk berwirausaha sehingga dapat meningkatkan minat mereka untuk berwirausaha.

Oleh karena itu pimpinan jurusan dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa dengan mengelola pelayanan yang ada pada jurusan ekonomi pembangunan yang dapat menunjang mahasiswa dalam berwirausaha dikarenakan alasan pelayanan menjadi motivasi mahasiswa untuk berwirausaha sehingga dapat meningkatkan minat berwirausaha mereka.

Temuan pada penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Noviantoro & Rahmawati (2017) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Akuntansi FE UNY. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi motivasi berwirausaha, maka akan semakin tinggi minat berwirausaha pada mahasiswa Akuntansi FE UNY. Selain itu juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadya (2019) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

4.2.5. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Model penelitian pengaruh langsung terhadap motivasi berwirausaha (Z) sebagai berikut.

$$Z = 0,097X1 + 0,261X2 + 0,507X3 + e_2$$

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa koefisien pendidikan kewirausahaan (X_1) sebesar 0,097 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel pendidikan kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan motivasi berwirausaha sebesar 0,097 dengan asumsi variabel lain konstan.

Hal ini bertolak belakang dengan Teori Motivasi Maslow (1943) yang menganggap bahwa variasi kebutuhan manusia tersusun dalam bentuk yang hierarki atau berjenjang dimana setiap manusia termotivasi untuk memuaskan kebutuhan – kebutuhan dari hierarki paling bawah sebelum mencapai hierarki paling atas. Menurut Teori Motivasi Maslow, pendidikan kewirausahaan merupakan kebutuhan yang berkenaan dengan kebutuhan penghargaan yaitu menghargai diri sendiri yang berupa keinginan untuk menguasai suatu kompetensi.

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2018) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. Selain itu juga hasil pada penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Warnadi, dkk (2019) yang juga menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha.

Hasil analisis deskriptif perindikator menunjukkan bahwa dimensi memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa bernilai 18,57, mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri bernilai 14,99, dan mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan

seluruh potensi dirinya bernilai 14,90. Hal ini berarti seharusnya dengan adanya pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu meningkatkan motivasi berwirausaha. Namun pada kenyataannya hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi berwirausaha.

Peneliti menganalisis bahwa penyebab hasil penelitian tidak sejalan dengan hipotesis awal dan telaah teori dikarenakan realita pendidikan kewirausahaan di Ekonomi Pembangunan lebih menitik beratkan pada teori sehingga mahasiswa kurang mendapatkan gambaran mengenai kondisi dunia kewirausahaan yang sebenarnya. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata nilai pada item pernyataan “praktik kewirausahaan yang dilakukan di kampus dapat mengembangkan seluruh potensi saya” lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata pada item pernyataan lainnya. Hal ini berarti pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha karena mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES angkatan 2017 belum memiliki gambaran mengenai kondisi dunia kewirausahaan yang sebenarnya.

Oleh karena itu untuk meningkatkan motivasi berwirausaha mahasiswa perlu adanya perbaikan dalam proses pembelajaran. Dosen selaku pendidik diharapkan tidak hanya menekankan pembelajaran pada teori saja, melainkan perlu juga memberikan gambaran mengenai dunia wirausaha yang akan mahasiswa hadapi agar mahasiswa menjadi lebih tertarik dengan dunia wirausaha sehingga dapat meningkatkan motivasi mereka untuk berwirausaha.

4.2.6. Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Motivasi Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis keenam pada penelitian ini menyatakan bahwa hipotesis diterima. Berdasarkan hasil penelitian diketahui *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Hal ini ditunjukkan berdasarkan model pada penelitian ini. Model penelitian pengaruh langsung terhadap motivasi berwirausaha (Z) sebagai berikut.

$$Z = 0,097X_1 + 0,261X_2 + 0,507X_3 + e_2$$

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa koefisien variabel *self efficacy* (X₂) sebesar 0,261 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *self efficacy* sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan motivasi berwirausaha sebesar 0,261 dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil analisis deskriptif variabel *self efficacy* menunjukkan rata-rata sebesar 33,74 atau berada pada kategori tinggi. Variabel *self efficacy* diukur dengan menggunakan tiga indikator. Ketiga indikator tersebut adalah *magnitude*, *generality*, dan *strength*. Setiap indikator pada variabel *self efficacy* menunjukkan nilai rata-rata yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Hasil analisis deskriptif perindikator menunjukkan bahwa dimensi *magnitude* bernilai 10,27, *generality* bernilai 11,46, dan *strength* bernilai 12,01. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya *strength* atau kekuatan efikasi diri yang dimiliki oleh mahasiswa dapat mendorong motivasi berwirausaha mahasiswa. Hal ini dikarenakan *self efficacy* merupakan faktor dari dalam diri yang dapat meningkatkan motivasi seseorang. Oleh karena itu dosen diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam meningkatkan kemampuan *self efficacy* mereka guna meningkatkan motivasi berwirausaha.

Motivasi seseorang dalam melakukan sesuatu berkaitan dengan *self efficacy* atau keyakinan yang dimilikinya. *Self efficacy* (efikasi diri) atau biasa disebut juga keyakinan sangatlah diperlukan oleh setiap individu untuk melakukan suatu hal. Seseorang yang memiliki efikasi diri yang baik tentu dia mengetahui sejauh mana kemampuan yang dimilikinya. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil jawaban responden pada pernyataan “Saya yakin kesuksesan dalam berwirausaha tidak muncul tiba-tiba, tetapi diperlukan proses” yang menunjukkan rata – rata jawaban “setuju”. Hal tersebut dapat membangkitkan motivasi berwirausaha dari dalam dirinya. Oleh karena itu sebagai pengguna model penelitian, dosen dapat meningkatkan motivasi berwirausaha dengan mengelola kemampuan *self efficacy* yang dimiliki mahasiswa. Sebagai pendidik, dosen diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam meningkatkan kemampuan *self efficacy* mereka guna meningkatkan minat berwirausaha mereka dikarenakan motivasi seseorang dalam melakukan sesuatu berkaitan dengan *self efficacy* atau keyakinan yang dimilikinya.

Hasil pada penelitian ini relevan dengan Teori Motivasi Maslow (1943) yang menganggap bahwa variasi kebutuhan manusia tersusun dalam bentuk yang hierarki atau berjenjang dimana setiap manusia termotivasi untuk memuaskan kebutuhan – kebutuhan dari hierarki paling bawah sebelum mencapai hierarki paling atas. Menurut Teori Motivasi Maslow, *self efficacy* merupakan kebutuhan yang berkenaan dengan kebutuhan penghargaan yaitu menghargai diri sendiri yang berupa kepercayaan diri dan kemandirian. Selain itu temuan hasil pada penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aini, dkk (2015) menyatakan

bahwa efikasi diri (*self efficacy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha.

4.2.7. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Motivasi Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis ketujuh pada penelitian ini menyatakan bahwa hipotesis diterima. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap motivasi berwirausaha. Hal ini ditunjukkan berdasarkan model pada penelitian ini. Model penelitian pengaruh langsung terhadap motivasi berwirausaha (Z) sebagai berikut.

$$Z = 0,097X1 + 0,261X2 + 0,507X3 + e_2$$

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa koefisien variabel penggunaan media sosial (X3) sebesar 0,507 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel penggunaan media sosial sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan motivasi berwirausaha sebesar 0,507 dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata nilai variabel penggunaan media sosial sebesar 64,51 dan berada pada kategori tinggi. Hasil analisis deskriptif perindikator menunjukkan bahwa dimensi frekuensi penggunaan media sosial dalam sehari bernilai 11,37 dan manfaat dari penggunaan media sosial bernilai 12,38 atau berada pada kategori tinggi. Sedangkan dimensi kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial bernilai 9,91, keaktifan penggunaan media sosial bernilai 15,57, dan ketrampilan siswa menggunakan media sosial bernilai 15,29 dimana ketiga dimensi ini berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan motivasi berwirausaha mahasiswa.

Motivasi berwirausaha dapat diukur dengan indikator salah satunya yaitu alasan pelayanan yang berada pada kategori tinggi. Indikator tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017 merasa puas dengan pelayanan yang ada salah satunya yaitu pelayanan yang ada dalam media sosial. Adanya penggunaan media sosial akan memudahkan mahasiswa dalam mencari informasi mengenai dunia wirausaha. Mereka juga dapat mencari informasi mengenai tokoh atau pengusaha sukses baik yang ada di dunia maupun di Indonesia dan menjadikannya sebagai inspirasi. Selain itu juga dengan adanya media sosial mahasiswa dapat dengan mudah mencari relasi ataupun teman baru guna mempermudah dalam hal promosi. Dengan demikian mahasiswa akan lebih termotivasi untuk mulai berwirausaha.

Hal tersebut relevan dengan Teori Motivasi Maslow (1943) yang menganggap bahwa variasi kebutuhan manusia tersusun dalam bentuk yang hierarki atau berjenjang dimana setiap manusia termotivasi untuk memuaskan kebutuhan – kebutuhan dari hierarki paling bawah sebelum mencapai hierarki paling atas. Menurut Teori Motivasi Maslow, penggunaan media sosial termasuk kedalam kebutuhan sosial dimana individu dapat memanfaatkan media sosial untuk menjalin pertemanan dan bermasyarakat. Selain sebagai kebutuhan sosial, media sosial juga termasuk kedalam kebutuhan rasa aman dimana setiap individu membutuhkan keamanan dalam mengeksplorasi diri maupun lingkungannya.

Oleh karena itu untuk meningkatkan motivasi berwirausaha mahasiswa, baik pihak jurusan maupun dosen selaku pengguna model penelitian perlu juga memberikan gambaran mengenai dunia wirausaha yang akan mereka hadapi ketika

berwirausaha maupun memberikan pelatihan-pelatihan seputar kewirausahaan dengan memanfaatkan media sosial sehingga dapat meningkatkan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha.

4.2.8. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Pengujian hipotesis pada pengaruh tidak langsung pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha yang dilakukan dengan uji sobel menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan sehingga H_8 ditolak. Hal ini ditunjukkan dengan nilai one tailed probability uji sobel sebesar $0,2026 > 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha sebesar 0,201 atau 20,1% dengan probabilitas 0,017 sementara pengaruh tidak langsung melalui motivasi berwirausaha 0,0276 atau 2,76% dengan probabilitas 0,2026 sehingga total pengaruh pendidikan kewirausahaan melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha sebesar 0,2286 atau 22,28%. Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui bahwa pengaruh langsung dari pendidikan kewirausahaan lebih dominan dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung dari pendidikan kewirausahaan. Hasil pengaruh tidak langsung lebih kecil dari hasil pengaruh langsung, sehingga dapat dikatakan bahwa motivasi berwirausaha tidak cukup kuat memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian bertolak belakang dengan *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (2005) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha mampu memediasi variabel pendidikan kewirausahaan terhadap minat

berwirausaha. Motivasi berwirausaha dalam *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (2005) termasuk dalam *normative beliefs* atau kepercayaan normatif. Kepercayaan normatif yaitu kepercayaan tentang ekspektasi normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi-ekspektasi tersebut. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha tidak mampu memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Peneliti menganalisis bahwa penyebab hasil penelitian tidak sejalan dengan hipotesis awal dan telaah teori dikarenakan realita pendidikan kewirausahaan di Ekonomi Pembangunan lebih menitik beratkan pada teori sehingga mahasiswa kurang mendapatkan gambaran mengenai kondisi dunia kewirausahaan yang sebenarnya. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata nilai pada item pernyataan “praktik kewirausahaan yang dilakukan di kampus dapat mengembangkan seluruh potensi saya” lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata pada item pernyataan lainnya. Oleh karena itu pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha karena mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES angkatan 2017 belum memiliki gambaran mengenai kondisi dunia kewirausahaan yang sebenarnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, penting bagi dosen selaku pendidik untuk menyertakan gambaran dunia kewirausahaan yang sebenarnya pada pendidikan kewirausahaan sekalipun mahasiswa sudah memiliki minat berwirausaha yang tinggi. Hal ini diperlukan untuk mendorong dan meningkatkan motivasi berwirausaha mahasiswa sehingga

dapat memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

4.2.9. Pengaruh *Self Efficacy* melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Motivasi seseorang dalam melakukan sesuatu berkaitan dengan *self efficacy* atau keyakinan yang dimilikinya. *Self efficacy* (efikasi diri) atau biasa disebut juga keyakinan sangatlah diperlukan oleh setiap individu untuk melakukan suatu hal. Seseorang yang memiliki efikasi diri yang baik tentu dia mengetahui sejauh mana kemampuan yang dimilikinya. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil jawaban responden pada pernyataan “Saya yakin kesuksesan dalam berwirausaha tidak muncul tiba-tiba, tetapi diperlukan proses” yang menunjukkan rata-rata jawaban “setuju”. Hal tersebut dapat membangkitkan motivasi berwirausaha dari dalam dirinya.

Sedangkan minat berwirausaha diukur dengan indikator salah satunya yaitu berkeinginan untuk berwirausaha yang berada pada kategori tinggi. Di mana indikator tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES angkatan 2017 berkeinginan untuk berwirausaha, salah satunya dampak dari adanya motivasi berwirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES angkatan 2017 sehingga dapat meningkatkan minat mereka untuk berwirausaha.

Pengujian hipotesis pada pengaruh tidak langsung *self efficacy* terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha yang dilakukan dengan uji sobel menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan sehingga H9 diterima. Hal

ini ditunjukkan dengan nilai one tailed probability uji sobel sebesar $0,0207 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung *self efficacy* terhadap minat berwirausaha sebesar 0,460 atau 46% dengan probabilitas 0,000 sementara pengaruh tidak langsung melalui motivasi berwirausaha 0,07438 atau 7,43% dengan probabilitas 0,0207 sehingga total pengaruh *self efficacy* melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha sebesar 0,53438 atau 53,44%. Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* oleh Ajzen (2005) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha mampu memediasi variabel pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh mediasi yang terjadi merupakan bentuk *partial mediation* (mediasi sebagian) yang berarti bahwa dalam penelitian ini motivasi berwirausaha memediasi pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha meskipun tidak secara sempurna. Hal ini dikarenakan *self efficacy* sudah dianggap penting dan dijadikan sebagai pertimbangan mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017 dalam meningkatkan minat berwirausaha mereka. Namun motivasi berwirausaha juga tetap memiliki peranan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017 yang dibuktikan dengan total pengaruh yang lebih besar dibandingkan pengaruh langsung *self efficacy* terhadap minat berwirausaha, yaitu sebesar 53,44%.

Oleh karena itu untuk dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, penting bagi dosen selaku pendidik untuk membantu mahasiswa dalam meningkatkan kemampuan *self efficacy* yang dimiliki mahasiswa. Hal ini diperlukan untuk mendorong dan meningkatkan motivasi berwirausaha mahasiswa

sekalipun mereka sudah mempunyai minat untuk berwirausaha sehingga dapat memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

4.2.10. Pengaruh Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Motivasi berwirausaha dapat diukur dengan indikator salah satunya yaitu alasan pelayanan yang berada pada kategori tinggi. Indikator tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017 merasa puas dengan pelayanan yang ada salah satunya yaitu pelayanan yang ada dalam media sosial. Adanya penggunaan media sosial akan memudahkan mahasiswa dalam mencari informasi mengenai dunia wirausaha. Mereka juga dapat mencari informasi mengenai tokoh atau pengusaha sukses baik yang ada di dunia maupun di Indonesia dan menjadikannya sebagai inspirasi. Selain itu juga dengan adanya media sosial mahasiswa dapat dengan mudah mencari relasi ataupun teman baru guna mempermudah dalam hal promosi. Dengan demikian mahasiswa akan lebih termotivasi untuk mulai berwirausaha.

Sedangkan minat berwirausaha diukur dengan indikator salah satunya yaitu berkeinginan untuk berwirausaha yang berada pada kategori tinggi. Di mana indikator tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES angkatan 2017 berkeinginan untuk berwirausaha, salah satunya dampak dari adanya motivasi berwirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES angkatan 2017. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pada indikator alasan pelayanan yang menunjukkan nilai rata-rata sebesar 13,12 dan termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti alasan pelayanan menjadi motivasi mahasiswa

untuk berwirausaha sehingga dapat meningkatkan minat mereka untuk berwirausaha.

Pengujian hipotesis pada pengaruh tidak langsung penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha yang dilakukan dengan uji sobel menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan sehingga H_{10} diterima. Hal ini ditunjukkan dengan nilai one tailed probability uji sobel sebesar $0,00086 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha sebesar 0,044 atau 4,4% dengan probabilitas 0,586 sementara pengaruh tidak langsung melalui motivasi berwirausaha 0,14449 atau 14,44% dengan probabilitas 0,00086 sehingga total pengaruh penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha sebesar 0,18849 atau 18,85%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* oleh Ajzen (2005) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha mampu memediasi variabel pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Pengaruh mediasi yang terjadi merupakan bentuk *full mediation* (mediasi penuh) yang berarti bahwa dalam penelitian ini motivasi berwirausaha memediasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha secara sempurna. Hal tersebut dikarenakan penggunaan media sosial tidak berpengaruh langsung terhadap minat berwirausaha. Penggunaan media sosial hanya bisa berpengaruh terhadap minat berwirausaha hanya jika dimediasi oleh motivasi berwirausaha.

Oleh karena itu untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, baik pihak jurusan maupun dosen perlu memberikan gambaran mengenai dunia

wirausaha yang akan mahasiswa hadapi ketika mereka berwirausaha maupun memberikan pelatihan-pelatihan seputar kewirausahaan dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini diperlukan untuk mendorong dan meningkatkan motivasi berwirausaha mahasiswa dikarenakan penggunaan media sosial hanya bisa berpengaruh terhadap minat berwirausaha hanya jika dimediasi oleh motivasi berwirausaha.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat ditarik ke simpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan (X1) terhadap minat berwirausaha sebesar 0,201, sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel pendidikan kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha sebesar 0,201 dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini berarti mahasiswa merasa adanya pendidikan kewirausahaan membantu mereka untuk mendapatkan bekal sebelum mereka masuk kedalam dunia kewirausahaan.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* (X2) terhadap minat berwirausaha sebesar 0,460, sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *self efficacy* sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha sebesar 0,460 dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini berarti pengaruh *self efficacy* sangat dominan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.
3. Penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES angkatan 2017. Berdasarkan analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien variabel penggunaan media sosial (X3) sebesar 0,044 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel penggunaan media sosial sebesar satu satuan

maka akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,004 dengan asumsi variabel lain konstan. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha tidak dominan dikarenakan mahasiswa ekonomi pembangunan UNNES angkatan 2017 sendiri menggunakan media sosial hanya sebatas untuk sarana berkomunikasi dan mencari hiburan disaat waktu luang.

4. Ada pengaruh positif dan signifikan motivasi berwirausaha (Z) terhadap minat berwirausaha sebesar 0,285, sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel motivasi berwirausaha sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan minat berwirausaha sebesar 0,285 dengan asumsi variabel lain konstan. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha cukup dominan.
5. Pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES angkatan 2017. Analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien pendidikan kewirausahaan (X_1) sebesar 0,097 sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel pendidikan kewirausahaan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan motivasi berwirausaha sebesar 0,097 dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini terjadi dikarenakan realita pendidikan kewirausahaan di Ekonomi Pembangunan lebih menitik beratkan pada teori sehingga mahasiswa kurang mendapatkan gambaran mengenai kondisi dunia kewirausahaan yang sebenarnya.
6. Ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* terhadap motivasi berwirausaha sebesar 0,261, sehingga dapat diartikan bahwa setiap

peningkatan variabel *self efficacy* sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan motivasi berwirausaha sebesar 0,261 dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini berarti pengaruh *self efficacy* terhadap motivasi berwirausaha cukup dominan.

7. Ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial (X3) terhadap motivasi berwirausaha sebesar 0,507, sehingga dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel penggunaan media sosial sebesar satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan motivasi berwirausaha sebesar 0,507 dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini berarti pengaruh penggunaan media sosial terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES angkatan 2017 sangat dominan.
8. Pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha. Pengaruh langsung pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha sebesar 0,201 atau 20,1% sementara pengaruh tidak langsung melalui motivasi berwirausaha 0,0276 atau 2,76%. Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui bahwa hasil pengaruh tidak langsung lebih kecil dari hasil pengaruh langsung, sehingga dapat dikatakan bahwa motivasi berwirausaha tidak cukup kuat memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.
9. Ada pengaruh positif dan signifikan *self efficacy* melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha. Pengaruh langsung *self efficacy* terhadap minat berwirausaha sebesar 0,460 atau 46% sementara pengaruh tidak langsung melalui motivasi berwirausaha 0,07438 atau 7,43%, sehingga

dapat dikatakan bahwa motivasi berwirausaha mampu memediasi pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha

10. Ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha. Pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha sebesar 0,044 atau 4,4% sementara pengaruh tidak langsung melalui motivasi berwirausaha 0,14449 atau 14,44%, sehingga dapat dikatakan bahwa motivasi berwirausaha mampu memediasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial mampu berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha hanya jika dimediasi oleh motivasi berwirausaha.

5.2. Saran

Berdasarkan analisis dan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut.

1. Mahasiswa tetap perlu meningkatkan pendidikan kewirausahaan. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang kewirausahaan sehingga dapat meningkatkan semangat mahasiswa untuk berwirausaha.
2. Pihak kampus, dosen, dan tenaga kependidikan diharapkan ikut serta dalam meningkatkan kualitas pendidikan kewirausahaan sehingga menjadikan mahasiswa semakin tertarik untuk berwirausaha.
3. Mahasiswa perlu meningkatkan *self efficacy*. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan semangat mahasiswa dan memacu mahasiswa dalam

mengeksplorasi kemampuan dirinya dalam menghadapi berbagai situasi dalam dunia kewirausahaan.

4. Mahasiswa perlu menambah wawasan tentang dunia kewirausahaan dan menambah relasi untuk berbagi cerita dan pengalaman melalui media sosial yang mereka punya. Hal ini dimaksudkan agar mahasiswa mendapatkan informasi seputar dunia kewirausahaan dan berbisnis online dengan memanfaatkan media sosial.
5. Motivasi berwirausaha memiliki peran yang besar dalam memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu, perlu untuk meningkatkan dukungan baik finansial maupun non finansial, jiwa kewirausahaan, dan penguatan atau dukungan dari orang-orang terdekat mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES angkatan 2017.
6. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel motivasi intrinsic dan ekstrinsik sebagai variabel mediasi. Hal ini bertujuan untuk membandingkan kekuatan motivasi intrinsic dan motivasi ekstrinsik dalam memediasi pengaruh variabel independen terhadap minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- A.P, B. P. A. (2019). Pengaruh Sarana Pembelajaran Dan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas V Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di Sekolah Dasar Negeri Kauman 1 Kota Blitar Tahun Ajaran 2018/2019. *Skripsi IAIN Tulungagung*.
- Abdullah, A. A., & Sulaiman, N. N. (2013). Factors that influence the interest of youths in agricultural entrepreneurship. *International Journal of Business and Social Science*.
- Afriani, G. L. (2016). Pengaruh Presepsi Siswa Tentang Metode Guru Dalam Mengajar, Jiwa Kewirausahaan, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Akuntansi SMK Negeri 1 Depok Tahun Ajaran 2014/2015. *Skripsi*.
- Aini, dkk. (2015). Pengaruh Lingkungan Keluarga Dan Efikasi Diri Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 3.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. In *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (pp. 179–211). Academic Press.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). Open University Pres-Mc Graw- Hill Education.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918.
- Akanbi, S. T. (2013). Familial Factors, Personality Traits and Self-efficacy as

- Determinan of Entrepreneurial Intention Among Vocational Based College of Education Students in Oyo State, Nigeria. *Journal of the African Educational Research Network*, 13(2), 66–76.
- Al-Rasyid, H. (1993). *Teknik Sampling dan Penskalaan*. Statistika Universitas Padjadjaran.
- Anastasia, dkk. (2019). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Internal Dan Lingkungan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Pusat Pengembangan Kewirausahaan Lppm Unsrat Manado. *Jurnal EMBA*, 7.
- Aninda, A. (2016). Pengaruh Efikasi Diri Berwirausaha Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Aprilianty, E. (2014). Pengaruh kepribadian wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(3), 311–324.
<https://doi.org/10.21831/jpv.v2i3.1039>
- Ardiansyah, D. (2017). Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian Wirausaha, Dan Lingkungan Keluargaterhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2013-2014 Universitas Muhammadiyah Gresik. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Gresik*.
- Aristuti, M., & Widiyanto. (2014). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga,

Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi. *Economic Education Analysis Journal*, 2(3), 1–8.
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>

Astarini, I. (2015). Pengaruh Self Efficacy, Prestise Profesi Guru Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadapminat Menjadi Guru Akuntansi Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi 2011 Fe Unnes. *Disertasi Universitas Negeri Semarang*.

Athaya, S. S., & Hasbi, I. (2019). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Universitas Telkom. *E-Proceeding of Management*, 6.

Ayuni, N. W. D., & Sari, I. G. A. M. K. K. (2018). Analysis of factors that influencing the interest of Bali State Polytechnic's students in entrepreneurship. *Journal of Physics: Conference Series*, 953(1).
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012071>

Azizah, L. (2019). Pengaruh Entrepreneurial Mindset Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Berwirausaha Dengan Self-Efficacy Sebagai Variabel Moderasi(Studi Empiris pada UMKM di Kota dan Kabupaten Magelang). *Skripsi Universitas Muhammadiyah Magelang*.

Bagley, P. L., Dalton, D., & Ortegren, M. (2012). The factors that affect accountants' decisions to seek careers with big 4 versus non-big 4 accounting firms. *Accounting Horizons*.

Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York: W.H. Freeman and Company. *American Psychological Association*.

- BPS. (2019). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2019*. BPS.
<https://nakertrans.jogjaprovo.go.id/resources/download/194/23>. Keadaan
 Tenaga Kerja Februari 2019 Sumber BRS BPS DIY.pdf
- Dorahman, B., & Sa'odah. (2019). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pendidikan
 Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pada Fakultas
 Keguruan Ilmu Pendidikan Di Universitas Muhamadiyah Tangerang.
Indonesian Journal of Elementary Education, 1.
- Firdaus, V. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi
 Berprestasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ilmu
 Pendidikan Ikip Pgri Jember. *Jurnal Humaniora, 14*.
- Fitriana, A. (2019). Pengaruh Beban Kerja, Kepuasan Kerja, Self Efficacy Dan
 Time Budget Pressure Terhadap Kinerja Auditor (Studi Kasus pada Kantor
 Akuntan Publik di Wilayah Bandung Timur). *Skripsi Universitas Pasundan*.
- Ghozali, I. H. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS
 21, Upgrade PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdi, & Rahim, C. K. (2019). ANALISIS Minat Belajar Siswa Terhadap Mata
 Pelajaran. *Jurnal Sains Riset (JSR), 9*(September), 68–79.
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri,
 Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business.
Economic Education Analysis Journal.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). (*Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW
 Konsentrasi Kewirausahaan*). *02*(03), 291–314.
- Hidaya, N., & dkk. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyebaran Hoax*

Oleh Digital Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyebaran Hoax.

- Imania, I. N., & Suwatno, S. (2018). The Effect of Educational Entrepreneurship and Creativity to Entrepreneurial Intermediation. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 65.
- Indriyani, L., & Margunani, M. (2018). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 848–862.
- Jailani, M., Rusdarti, & Sudarma, K. (2017). Pengaruh Kewirausahaan, Motivasi Belajar, Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 52–59.
- Jogiyanto, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Revisi). Andi Offset.
- Jullimursyida. (2018). Wirausahawan Mahasiswa Di Provinsi Aceh : Kendala dan Faktor Penentu Kesuksesan. *Jurnal Ekonomi Manajemen & Bisnis*.
- Kartika, S., & dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Sarana dan Prasarana terhadap Minat Belajar Siswa dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 113.
<https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.360>
- Kirana, D. G. C., Harini, H., & Nugroho, J. A. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Tahun Angkatan 2014-2016). *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4.
- Kristiadi, & dkk. (2016). Pengaruh Sikap Berperilaku, Norma Subjektif dan Efikasi Diri terhadap Intensi Kewirausahaan Pada Siswi melalui Motivasi di

- SMK Negeri 1 Pati. *Journal of Economic Education*.
- Kurnianti, E. D. (2015). *Kewirausahaan Industri*. Depublish.
- Kurniawan, A., & dkk. (2016). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Kepribadian Terhadap Minat Wirausaha Melalui Self Efficacy. *Journal of Economic Education*, 5(1), 100–109.
- Kuswantoro, A. (2014). *Teaching Factory: Rencana dan Nilai Entrepreneurship*. Graha Ilmu.
- Latifah, N. (2017). Pengaruh Self Efficacy, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Unnes. *Disertasi Universitas Negeri Semarang*.
- Lestari, R., & Wijaya, T. (2012). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MUSI. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 1(2), 112–119.
- Leuhery, F. (2019). *Analisis Budaya, Motivasi dan Peran Dosen Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura Ambon*. 3.
- Lubis, P. K. D. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Niagawan*, 7(2), 95–101.
<https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10756>
- Mahesa, A. D., & Rahardja, E. (2012). Analisis Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha. *Diponegoro Journal of Management*,

I(4), 130–137.

Mardta, R., & Usman, O. (2019). *Effect Of Intrinsic Motivation, Knowledge Entrepreneurship And Personality Of The Student Interest In Entrepreneurship*.

Marini, C. K., & Hamidah, S. (2014). Pengaruh self-efficacy, lingkungan keluarga, dan lingkungan sekolah terhadap minat berwirausaha siswa SMK jasa boga. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, *4*(2), 195–207.
<https://doi.org/10.21831/jpv.v4i2.2545>

Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, *50*(4), 370–396. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0054346>

Meiryani, & Ilyas, S. (2015). Peranan Pendidikan Kewirausahaan Dalam Membangun Kepemimpinan Mahasiswa. *Seminar Nasional Kewirausahaan & Inovasi Bisnis V*, 201–211.

Mutiah, T., & dkk. (2019). Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial. *Global Komunika*, *1*(1), 14–24.

Nadya, L. (2019). Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi Berwirausaha, Kreativitas, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xii Smk Patria Gadingrejo Tahun Pelajaran 2018/2019. *Skripsi*.

Noviantoro, G., & Rahmawati, D. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, *01*(1), 1–7.

Nuraisah, & dkk. (2015). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap

- Aktivitas Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. *Artikel Ilmiah*, 1–11.
- Nurikasari, F. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang. *Artikel Ilmiah*.
- Pamungkas, A. P., & Indah, M. (2017). Pengaruh Self Efficacy , Pendidikan Kewirausahaan Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi the Influence of Self Efficacy , Entrepreneurship Education , and Earning Expectation Towards the Studentsinterest of. *Jurnal Fakultas Ekonomi, 1*, 1–13.
- Putri, N. L. W. W. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 137. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19998>
- Ramlan, P., & Nikmat, R. (2019). *Pendekatan Manajemen Strategik Dalam Melalui Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (PMK-K)*. 5, 240–250.
- Sa'adah, L., & Mahmud, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*.
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.

- Sarlin, M., & Mursid, K. (2019). *Hubungan Antara Minat Belajar Dan Prestasi Belajar Siswa Pada Pembelajaran Ips Di Sekolah Dasar*. 1–13.
- Setiawan, D., & Sukanti. (2016). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Profita*, 2(7), 1–12.
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/profita/article/view/5990>
- Susanto, D., & Burhanuddin. (2019). Pengaruh Semangat Berbisnis Dan Kompetensi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Alumni. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 124–132.
- Susim, N., & dkk. (2019). *Sistem Pendidikan Berbasis Budaya Dalam Mempertahankan Identitas Di Tengah Arus Globalisasi Di Dinas Pendidikan Maybarat*. 3(3), 1–9.
- Syifa, F. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Benu Di Jakarta. *Skripsi Universitas Bakrie*.
- Utomo, B. B., Mashudi, & Asriati, N. (2014). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dalam Keluarga dan di Sekolah terhadap Minat Berwirausaha dengan Mediasi Self-efficacy Siswa Kelas XI. *Disertasi Universitas Tanjungpura*.
- Warnadi, dkk. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Dan Bisnis*, 2.
- Wibowo, A. (2013). *Manajemen Pendidikan Karakter di Sekolah*. Pustaka

Belajar.

Widnyana, I. W., & dkk. (2018). Pengaruh pemberian kuliah dan pelatihan kewirausahaan terhadap minat wirausaha mahasiswa UNMAS Denpasar. *Jurnal Riset Sains Manajemen, Volume 2,(1)*, 171–177.

Wirasasmita, Y. (1994). *Motivasi Kewirausahaan*.

Yanti, N., Ratnawati, V., & Supriono, S. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Akuntansi dalam Pemilihan Karir Menjadi Akuntan Publik (Studi empiris pada Perguruan. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau, 1(2)*, 1–15.

Yuhendri, L. V. (2016). Pengaruh Kebutuhan Akan Prestasi, Locus Kendali, dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negei Padang. Pengaruh Kebutuhan Akan Prestasi, Locus Kendali, Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Faku. *Jurnal Penelitian Pendidikan LPPM Universitas Pendidikan Indonesia*.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI
Gedung L1, Kampus Sekaran Gunungpati Semarang - 50229
Telepon +6224-8508015, Faksimile +6224-8508015
Laman: <http://fe.unnes.ac.id>, surel: fe@mail.unnes.ac.id

Nomor : B/4870/UN37.1.7/LT/2020 30 April 2020
Hal : Izin Penelitian

Yth. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Yusuf Heriyanto
NIM : 7101416205
Program Studi : Pendidikan Ekonomi (Pendidikan Akuntansi), S1
Semester : Genap
Tahun akademik : 2019/2020
Judul : Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, dan Penggunaan Media Sosial Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017

Kami mohon yang bersangkutan diberikan izin untuk melaksanakan penelitian skripsi di perusahaan atau instansi yang Saudara pimpin, dengan alokasi waktu 5 Mei 2020 s.d 4 Juni 2020.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.



a.n. Dekan FE
Wakil Dekan Bid. Akademik,
Dr. Karjoto, M.Pd.
NIB 196205291986011001

Tembusan:
Dekan FE;
Universitas Negeri Semarang



Nomor Agenda Surat : 718 854 866 5

Sistem Informasi Surat Dinas - UNNES (2020-05-04 10:22:02)

Lampiran 2. Kisi-Kisi Uji Coba Instrumen Penelitian

KISI-KISI Uji INSTRUMEN PENELITIAN

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, dan Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017

Variabel	Indikator	Nomor Item	Skor	Jumlah Item
Minat Berwirausaha (Y)	1. Membuat pilihan pekerjaan	1,2,3	SS = 5 S = 4	3
	2. Merasa tertarik untuk berwirausaha	4,5,6,7 8,9	N = 3 TS = 2 STS = 1	4 2
	3. Merasa senang untuk berwirausaha	10,11,12		3
	4. Berkeinginan untuk berwirausaha	13,14,15,16,17		5
	5. Berani mengambil risiko untuk meraih sukses.			
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	1. Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa	18,19,20,21,22 23,24,25,26	SS = 5 S = 4 N = 3 TS = 2 STS = 1	5 4
	2. Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri	27,28,29,30		4
	3. Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan			

Variabel	Indikator	Nomor Item	Skor	Jumlah Item
	dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya			
<i>Self Efficacy</i> (X2)	1. <i>Magnitude</i> 2. <i>Generality</i> 3. <i>Strength</i>	31,32,33, 34,35,36 37,38,39	SS = 5 S = 4 N = 3 TS = 2 STS = 1	3 3 3
Penggunaan Media Sosial (X3)	1. Frekuensi penggunaan media sosial dalam sehari. 2. Kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial. 3. Manfaat dari penggunaan media sosial. 4. Keaktifan penggunaan media sosial. 5. Keterampilan siswa menggunakan media sosial	40,41,42 43,44,45 46,47,48 49, 50, 51, 52 53, 54, 55, 56, 57	SS = 5 S = 4 N = 3 TS = 2 STS = 1	3 3 3 4 4
Motivasi Berwirausaha (Z)	1. Alasan keuangan 2. Alasan sosial 3. Alasan pelayanan 4. Alasan pemenuhan	58. 59. 60 61,62 63,64,65 66,67	SS = 5 S = 4 N = 3 TS = 2 STS = 1	3 2 3 2

Lampiran 3. Uji Coba Instrumen Penelitian

UJI COBA INSTRUMEN PENELITIAN



PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, *SELF EFFICACY*, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL MELALUI MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA EKONOMI PEMBANGUNAN UNNES 2017

**Disusun Oleh:
Yusuf Heriyanto
NIM 7101416205**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2020**

KATA PENGANTAR

Kepada: Yth. Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang
Angkatan 2017 di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Pada kesempatan ini, dimohon kesediaan Saudara/i untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Jawaban yang baik adalah jawaban yang sesuai dengan keadaan diri Saudara/i yang sebenarnya. Semua jawaban dan identitas Saudara/i akan dirahasiakan dan hanya dipakai untuk keperluan penelitian sebagaimana mestinya.

Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Peneliti

Yusuf Heriyanto

NIM 7101416205

Angket Penelitian

Petunjuk Pengisian Angket:

1. Tulislah identitas terlebih dahulu pada kolom yang sudah disediakan
 2. Jawaban pernyataan yang ada dengan memilih salah satu dari 5 alternatif jawaban yang telah disediakan
 3. Jawablah menurut pendapat pribadi dan berilah tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan
-

Nama :

NIM :

Jurusan/Prodi :

Alternatif jawaban:

SS : Sangat setuju N : Netral STS : Sangat tidak setuju

S : Setuju TS : Tidak setuju

4. Daftar Pertanyaan

a. MINAT BERWIRAUSAHA

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Membuat pilihan pekerjaan						
1.	Setelah lulus dari perguruan tinggi saya akan menjadi wirausaha					
2.	Wirausaha adalah pilihan yang tepat dalam pekerjaan saya					
3.	Saya tidak akan meyesal jika saya menjadi wirausaha					
Merasa tertarik untuk berwirausaha						
4.	Saya merasa tertarik berwirausaha karena saya akan mendapatkan penghasilan yang lebih dari pada profesi lainnya					
5.	Saya akan berwirausaha karena profesi wirausaha tidak terikat/diatur orang lain					
6.	Saya bisa mewujudkan mimpi dan kreatifitas yang saya miliki dengan berwirausaha					
7.	Wirausaha merupakan profesi menantang yang akan mendorong niat saya untuk berwirausaha					
Merasa senang untuk berwirausaha						
8.	Saya menyukai profesi wirausaha karena profesi ini bersifat mandiri yang tidak bergantung pada orang lain					
9.	Saya senang berwirausaha karena saya akan memperoleh kepuasan dan kebanggaan diri.					
Berkeinginan untuk berwirausaha						
10.	Berwirausaha merupakan keinginan dari dalam diri saya					
11.	Saya memiliki rencana untuk berwirausaha setelah lulus perguruan tinggi					
12.	Saya berkeinginan berwirausaha karena dapat memberi peluang untuk maju					
Berani mengambil risiko untuk meraih sukses						
13.	Saya berani mengambil risiko dalam berwirausaha untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan					
14.	Saya berani dalam pekerjaan yang penuh tantangan					
15.	Risiko berwirausaha dapat mempengaruhi minat saya dalam berwirausaha					

16.	Saya berani mengambil risiko kegagalan demi sebuah hasil yang besar					
17.	Saya orang yang suka mengambil risiko yang besar untuk mendapatkan keuntungan yang besar pula					

b. Pendidikan Kewirausahaan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya kreativitas dan inovasi siswa						
18.	Ketika pembelajaran mata kuliah kewirausahaan bersalngsung, saya dapat mengajukan pendapat yang berkaitan dengan tugas yang diberikan					
19.	Ketika pembelajaran mata kuliah kewirausahaan bersalngsung, saya selalu diberi kesempatan untuk mengembangkan ide-ide saya					
20.	Saya dapat mendeskripsikan konsep-konsep kewirausahaan dengan kata-kata sendiri					
21.	Saya diberi tugas untuk melakukan inovasi pada saat praktik kewirausahaan di kampus					
22.	Saya senang menerima pendidikan kewirausahaan di kampus karena dapat mengembangkan kreativitas saya					
Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri						
23.	Pendidikan kewirausahaan sangat bermanfaat bagi saya untuk bekal berwirausaha					
24.	Menurut saya teori mata kuliah kewirausahaan yang diajarkan dikampus sangat menarik					
25.	Setelah menerima pendidikan kewirausahaan di kampus, saya tertarik dan berminat untuk berwirausaha					
26.	Dengan pendidikan kewirausahaan di kampus dapat mendorong dan menggugah hati saya untuk berpikir menjadi wirausaha setelah lulus kuliah					

Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya					
27.	Dosen memberikan keteladanan terhadap penanaman nilai-nilai kewirausahaan kepada mahasiswa				
28.	Dosen mengarahkan mahasiswa untuk melakukan praktik kewirausahaan secara langsung sesuai kemampuan mahasiswa				
29.	Praktik kewirausahaan yang dilakukan di kampus dapat mengembangkan seluruh potensi saya				
30.	Praktik kewirausahaan seperti berjualan ataupun praktik lainnya sangat bermanfaat dan memberikan banyak pengalaman				

c. Self Efficacy

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Magnitude						
31.	Saya yakin mampu mendirikan usaha dengan pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki					
32.	Saya yakin mampu mendirikan usaha baru tanpa bantuan orang lain					
33.	Saya yakin mampu mengatasi sulitnya mengembangkan wirausaha					
Generality						
34.	Saya mampu mengkomersilkan ide atau pengembangan yang baru					
35.	Saya mampu menjelaskan pertanyaan orang tentang wirausaha					
36.	Saya akan berusaha lebih keras apabila belum mencapai target					
Strength						
37.	Saya mampu berpikir kreatif					
38.	Saya memiliki peluang untuk sukses dalam berwirausaha					
39.	Saya yakin kesuksesan dalam berwirausaha tidak muncul tiba-tiba, tetapi diperlukan proses					

d. Penggunaan Media Sosial

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Frekuensi penggunaan media sosial dalam sehari.						
40.	Saya merupakan pengguna media sosial seperti <i>facebook, twitter, instagram, path</i> , dll.					
41.	Saya adalah pengguna media sosial yang aktif					
42.	Saya akan merasa rugi ketika dalam waktu satu hari tidak menggunakan media sosial.					
Kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial.						
43.	Saya suka berbagi kata-kata motivasi melalui media sosial.					
44.	Saya suka berbagi ide pemikiran saya lewat media sosial.					
45.	Media sosial merupakan tempat untuk mengungkapkan keluh kesah.					
Manfaat dari penggunaan media sosial.						
46.	Media sosial memudahkan saya dalam mencari informasi mengenai dunia wirausaha..					
47.	Media sosial memudahkan saya untuk mencari orang yang sukses dalam berwirausaha.					
48.	Kemudahan bersosialisasi dan berinteraksi dengan media sosial membuat saya termotivasi untuk berwirausaha atau bisnis <i>online</i> .					
Keaktifan penggunaan media sosial.						
49.	Saya dapat mengakses data mengenai kewirausahaan tanpa ada batasan ruang.					
50.	Saya dapat mengakses data mengenai kewirausahaan tanpa ada batasan waktu.					
51.	Media sosial merupakan tempat bisnis <i>online</i> dengan biaya yang sangat murah.					
52.	Media sosial membantu Saya menjadi orang yang berpikir efektif					
Ketrampilan siswa menggunakan media sosial						
53.	Saya biasa menjalankan media sosial baik <i>facebook, instragram, twitter</i>					
54.	Saya memiliki lebih dari satu akun dalam setiap media sosial					

55.	Berdasarkan kemampuan yang saya miliki dalam menjalankan media social, saya tertarik untuk berwirausaha melalui media social					
56.	Saya tidak dapat menjalankan media social					

e. Motivasi Berwirausaha

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Alasan Keuangan						
57.	Setelah lulus saya ingin berwirausaha agar memiliki uang banyak.					
58.	Saya ingin membantu orang tua saya dalam hal keuangan.					
59.	Saya ingin berwirausaha untuk memperoleh uang tambahan					
Alasan Sosial						
60.	Saya ingin sukses agar bias menjadi contoh bagi orang lain.					
61.	Saya ingin sukses agar orang – orang menghargai saya					
Alasan Pelayanan						
62.	Saya ingin membuka lapangan kerja baru					
63.	Saya ingin memperbaiki ekonomi masyarakat sekitar dengan memberikan pekerjaan.					
64.	Saya ingin membahagiakan keluarga saya.					
Alasan Pemenuhan Diri						
65.	Saya tidak ingin bergantung kepada orang lain.					
66.	Kehidupan saya nanti harus lebih baik dari kehidupan saya sekarang.					

TERIMAKASIH

Variabel Pendidikan Kewirausahaan

Kode Res	Pendidikan Kewirausahaan (X1)													Total
	Indikator 1					Indikator 2				Indikator 3				
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
R-01	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-02	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	50
R-03	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
R-04	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	24
R-05	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-06	5	5	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	53
R-07	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-08	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	60
R-09	2	3	2	3	1	2	1	2	2	3	2	2	3	28
R-10	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	59
R-11	3	4	4	2	4	5	5	5	5	5	2	3	5	52
R-12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
R-13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	52
R-14	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63
R-15	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	51
R-16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	27
R-17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
R-19	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	4	46
R-20	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	61
R-21	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	3	4	5	53
R-22	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	40
R-23	2	4	3	2	4	5	3	4	4	3	3	3	4	44
R-24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	51
R-25	2	2	3	4	3	3	2	2	3	4	4	3	4	39
R-26	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	2	2	2	50
R-27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-28	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	62
R-29	2	4	3	3	4	3	2	3	5	4	3	3	5	44
R-30	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	48

Variabel *Self Efficacy*

Kode Res	<i>Self Efficacy (X2)</i>									Total
	Indikator 1			Indikator 2			Indikator 3			
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
R-01	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
R-02	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
R-03	3	4	4	3	4	3	4	4	4	33
R-04	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
R-05	4	1	3	3	3	4	4	4	4	30
R-06	5	1	4	4	4	5	4	4	5	36
R-07	4	2	4	4	4	4	4	5	4	35
R-08	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
R-09	2	2	2	2	3	2	2	2	2	19
R-10	3	2	2	4	4	5	5	5	5	35
R-11	5	4	5	5	4	4	5	5	4	41
R-12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
R-13	4	3	4	4	4	5	4	5	5	38
R-14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R-15	4	1	4	4	4	5	4	4	5	35
R-16	3	4	3	3	2	2	3	3	2	25
R-17	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
R-18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R-19	3	2	2	3	3	4	3	3	5	28
R-20	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
R-21	4	2	3	3	4	4	3	4	5	32
R-22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
R-23	3	2	3	3	3	4	3	3	5	29
R-24	3	1	4	4	4	5	4	4	5	34
R-25	3	2	3	4	4	4	3	3	2	28
R-26	5	3	4	4	4	4	4	4	5	37
R-27	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
R-28	3	1	4	4	4	5	5	5	5	36
R-29	5	3	5	5	4	5	4	5	5	41
R-30	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34

Variabel Motivasi Berwirausaha

Kode Res	Motivasi Berwirausaha										Total
	Indikator 1			Indikator 2		Indikator 3			Indikator 4		
	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	
R-01	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R-02	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
R-03	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R-04	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	21
R-05	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	41
R-06	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	46
R-07	4	4	4	4	2	5	5	5	5	5	43
R-08	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-09	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	22
R-10	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
R-11	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
R-12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R-13	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	47
R-14	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
R-15	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
R-16	2	1	2	3	4	2	2	1	3	3	23
R-17	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46
R-18	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
R-19	3	4	4	4	2	4	4	5	4	5	39
R-20	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
R-21	3	5	5	4	3	5	4	5	5	5	44
R-22	3	4	4	4	3	5	4	3	4	5	39
R-23	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	46
R-24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
R-25	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5	37
R-26	4	4	5	2	1	4	4	4	4	5	37
R-27	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
R-28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-30	4	3	4	3	5	4	4	5	5	5	42

Pearson Correlation	.658**	.648**	.591**	.701*	.921**	.850*	.859**	.530**	.783**	.809**	.787**	.828*	.802*	.788**	.641*	.907**	.610**	1
Total Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Total	Pearson Correlation	.830**	.872**	.895**	.740**	.923**	.852**	.813**	.868**	.788**	.779**	.666**	.785**	.725**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Variabel *Self Efficacy* (X2)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	Total
P1	Pearson Correlation	1	.423**	.827**	.823**	.687**	.613**	.673**	.680**	.589**	.865**
	Sig. (1-tailed)		.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.423**	1	.512**	.431**	.347*	-.078	.297	.305	.027	.483**
	Sig. (1-tailed)	.010		.002	.009	.030	.341	.056	.051	.443	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.827**	.512**	1	.861**	.736**	.562**	.719**	.706**	.492**	.879**
	Sig. (1-tailed)	.000	.002		.000	.000	.001	.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.823**	.431**	.861**	1	.810**	.759**	.833**	.790**	.565**	.934**
	Sig. (1-tailed)	.000	.009	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.687**	.347*	.736**	.810**	1	.736**	.741**	.713**	.626**	.863**
	Sig. (1-tailed)	.000	.030	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.613**	-.078	.562**	.759**	.736**	1	.775**	.719**	.817**	.785**
	Sig. (1-tailed)	.000	.341	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.673**	.297	.719**	.833**	.741**	.775**	1	.851**	.653**	.886**
	Sig. (1-tailed)	.000	.056	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.680**	.305	.706**	.790**	.713**	.719**	.851**	1	.706**	.880**
	Sig. (1-tailed)	.000	.051	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.589**	.027	.492**	.565**	.626**	.817**	.653**	.706**	1	.742**

	Sig. (1-tailed)	.000	.443	.003	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.865**	.483**	.879**	.934**	.863**	.785**	.886**	.880**	.742**	1
Total	Sig. (1-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

P12	Pearson Correlation	.180	.054	.128	.315*	.293	.023	.531**	.521**	.346*	.561**	.525**	1	.466**	.312*	.189	.635**	-.275	.528**		
	Sig. (1-tailed)	.171	.388	.251	.045	.058	.451	.001	.002	.031	.001	.001		.005	.047	.159	.000	.071	.001		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P13	Pearson Correlation	.355*	.546**	.433**	.645**	.593**	.557**	.595**	.456**	.488**	.375*	.464**	.466**	1	.524**	.242	.462**	-.424**	.742**		
	Sig. (1-tailed)	.027	.001	.008	.000	.000	.001	.000	.006	.003	.021	.005	.005		.001	.099	.005	.010	.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P14	Pearson Correlation	.413*	.568**	.234	.484**	.540**	.508**	.671**	.595**	.686**	.301	.612**	.312*	.524**	1	.443**	.525**	-.341*	.753**		
	Sig. (1-tailed)	.012	.001	.107	.003	.001	.002	.000	.000	.000	.053	.000	.047	.001		.007	.001	.033	.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P15	Pearson Correlation	.071	.263	.283	.370*	.253	.478**	.440**	.153	.446**	.182	.403*	.189	.242	.443**	1	.255	-.395*	.513**		
	Sig. (1-tailed)	.356	.080	.065	.022	.088	.004	.007	.210	.007	.168	.014	.159	.099	.007		.087	.015	.002		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P16	Pearson Correlation	.189	.361*	.394*	.498**	.522**	.250	.531**	.633**	.739**	.549**	.508**	.635**	.462**	.525**	.255	1	-.358*	.726**		
	Sig. (1-tailed)	.158	.025	.016	.003	.002	.091	.001	.000	.000	.001	.002	.000	.005	.001	.087		.026	.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P17	Pearson Correlation	-.580**	-.456**	-.546**	-.316*	-.340*	-.328*	-.422*	-.503**	-.431**	-.497**	-.534**	-.275	-.424**	-.341*	-.395*	-.358*	1	-.574**		
	Sig. (1-tailed)	.000	.006	.001	.045	.033	.038	.010	.002	.009	.003	.001	.071	.010	.033	.015	.026		.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	Pearson Correlation	.482**	.748**	.617**	.731**	.788**	.597**	.824**	.796**	.760**	.652**	.749**	.528**	.742**	.753**	.513**	.726**	-	1
Total	Sig. (1-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.574**
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.949	.951	17

Variabel Pendidikan

Kewirausahaan (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.956	.956	13

Variabel

Self Efficacy (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.922	.936	9

Variabel Penggunaan Media Sosial

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.902	.897	17

Variabel Motivasi Berwirausaha (Z)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.951	.953	10

Lampiran 7. Kisi – Kisi Instrumen Penelitian
KISI-KISI Uji INSTRUMEN PENELITIAN

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, dan Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNNES Angkatan 2017

Variabel	Indikator	Nomor Item	Skor	Jumlah Item
Minat Berwirausaha (Y)	1. Membuat pilihan pekerjaan	1,2,3	SS = 5 S = 4	3
	2. Merasa tertarik untuk berwirausaha	4,5,6,7 8,9	N = 3 TS = 2 STS = 1	4 2
	3. Merasa senang untuk berwirausaha	10,11,12		3
	4. Berkeinginan untuk berwirausaha	13,14,15,16,17		5
	5. Berani mengambil risiko untuk meraih sukses.			
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	1. Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa	18,19,20,21,22 23,24,25,26	SS = 5 S = 4 N = 3 TS = 2 STS = 1	5 4
	2. Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri	27,28,29,30		4
	3. Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan			

Variabel	Indikator	Nomor Item	Skor	Jumlah Item
	dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya			
<i>Self Efficacy</i> (X2)	1. Magnitude 2. Generality 3. Strength	31,32,33, 34,35,36 37,38,39	SS = 5 S = 4 N = 3 TS = 2 STS = 1	3 3 3
Penggunaan Media Sosial (X3)	1. Frekuensi penggunaan media sosial dalam sehari. 2. Kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial. 3. Manfaat dari penggunaan media sosial. 4. Keaktifan penggunaan media sosial. 5. Keterampilan siswa menggunakan media sosial	40,41,42 43,44,45 46,47,48 49, 50, 51, 52 53, 54, 55, 56, 57	SS = 5 S = 4 N = 3 TS = 2 STS = 1	3 3 3 4 4
Motivasi Berwirausaha (Z)	1. Alasan keuangan 2. Alasan sosial 3. Alasan pelayanan 4. Alasan pemenuhan	58. 59. 60 61,62 63,64,65 66,67	SS = 5 S = 4 N = 3 TS = 2 STS = 1	3 2 3 2

Lampiran 8. Instrumen Penelitian

ANGKET PENELITIAN



PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, *SELF EFFICACY*, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL MELALUI MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA EKONOMI PEMBANGUNAN UNNES 2017

**Disusun Oleh:
Yusuf Heriyanto
NIM 7101416205**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2020**

KATA PENGANTAR

Kepada: Yth. Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang
Angkatan 2017 di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Pada kesempatan ini, dimohon kesediaan Saudara/i untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Jawaban yang baik adalah jawaban yang sesuai dengan keadaan diri Saudara/i yang sebenarnya. Semua jawaban dan identitas Saudara/i akan dirahasiakan dan hanya dipakai untuk keperluan penelitian sebagaimana mestinya.

Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Peneliti

Yusuf Heriyanto

NIM 7101416205

Angket Penelitian

Petunjuk Pengisian Angket:

1. Tulislah identitas terlebih dahulu pada kolom yang sudah disediakan
 2. Jawaban pernyataan yang ada dengan memilih salah satu dari 5 alternatif jawaban yang telah disediakan
 3. Jawablah menurut pendapat pribadi dan berilah tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan
-

Nama :

NIM :

Jurusan/Prodi :

Alternatif jawaban:

SS : Sangat setuju N : Netral STS : Sangat tidak setuju

S : Setuju TS : Tidak setuju

4. Daftar Pertanyaan

a. MINAT BERWIRAUSAHA

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Membuat pilihan pekerjaan						
1.	Setelah lulus dari perguruan tinggi saya akan menjadi wirausaha					
2.	Wirausaha adalah pilihan yang tepat dalam pekerjaan saya					
3.	Saya tidak akan meyesal jika saya menjadi wirausaha					
Merasa tertarik untuk berwirausaha						
4.	Saya merasa tertarik berwirausaha karena saya akan mendapatkan penghasilan yang lebih dari pada profesi lainnya					
5.	Saya akan berwirausaha karena profesi wirausaha tidak terikat/diatur orang lain					
6.	Saya bisa mewujudkan mimpi dan kreatifitas yang saya miliki dengan berwirausaha					
7.	Wirausaha merupakan profesi menantang yang akan mendorong niat saya untuk berwirausaha					
Merasa senang untuk berwirausaha						
8.	Saya menyukai profesi wirausaha karena profesi ini bersifat mandiri yang tidak bergantung pada orang lain					
9.	Saya senang berwirausaha karena saya akan memperoleh kepuasan dan kebanggaan diri.					
Berkeinginan untuk berwirausaha						
10.	Berwirausaha merupakan keinginan dari dalam diri saya					
11.	Saya memiliki rencana untuk berwirausaha setelah lulus perguruan tinggi					
12.	Saya berkeinginan berwirausaha karena dapat memberi peluang untuk maju					
Berani mengambil risiko untuk meraih sukses						
13.	Saya berani mengambil risiko dalam berwirausaha untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan					
14.	Saya berani dalam pekerjaan yang penuh tantangan					
15.	Risiko berwirausaha dapat mempengaruhi minat saya dalam berwirausaha					

16.	Saya berani mengambil risiko kegagalan demi sebuah hasil yang besar					
17.	Saya orang yang suka mengambil risiko yang besar untuk mendapatkan keuntungan yang besar pula					

b. Pendidikan Kewirausahaan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya kreativitas dan inovasi siswa						
18.	Ketika pembelajaran mata kuliah kewirausahaan bersalngsung, saya dapat mengajukan pendapat yang berkaitan dengan tugas yang diberikan					
19.	Ketika pembelajaran mata kuliah kewirausahaan bersalngsung, saya selalu diberi kesempatan untuk mengembangkan ide-ide saya					
20.	Saya dapat mendeskripsikan konsep-konsep kewirausahaan dengan kata-kata sendiri					
21.	Saya diberi tugas untuk melakukan inovasi pada saat praktik kewirausahaan di kampus					
22.	Saya senang menerima pendidikan kewirausahaan di kampus karena dapat mengembangkan kreativitas saya					
Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri						
23.	Pendidikan kewirausahaan sangat bermanfaat bagi saya untuk bekal berwirausaha					
24.	Menurut saya teori mata kuliah kewirausahaan yang diajarkan dikampus sangat menarik					
25.	Setelah menerima pendidikan kewirausahaan di kampus, saya tertarik dan berminat untuk berwirausaha					
26.	Dengan pendidikan kewirausahaan di kampus dapat mendorong dan menggugah hati saya untuk berpikir menjadi wirausaha setelah lulus kuliah					

Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya					
27.	Dosen memberikan keteladanan terhadap penanaman nilai-nilai kewirausahaan kepada mahasiswa				
28.	Dosen mengarahkan mahasiswa untuk melakukan praktik kewirausahaan secara langsung sesuai kemampuan mahasiswa				
29.	Praktik kewirausahaan yang dilakukan di kampus dapat mengembangkan seluruh potensi saya				
30.	Praktik kewirausahaan seperti berjualan ataupun praktik lainnya sangat bermanfaat dan memberikan banyak pengalaman				

c. Self Efficacy

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Magnitude						
31.	Saya yakin mampu mendirikan usaha dengan pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki					
32.	Saya yakin mampu mendirikan usaha baru tanpa bantuan orang lain					
33.	Saya yakin mampu mengatasi sulitnya mengembangkan wirausaha					
Generality						
34.	Saya mampu mengkomersilkan ide atau pengembangan yang baru					
35.	Saya mampu menjelaskan pertanyaan orang tentang wirausaha					
36.	Saya akan berusaha lebih keras apabila belum mencapai target					
Strength						
37.	Saya mampu berpikir kreatif					
38.	Saya memiliki peluang untuk sukses dalam berwirausaha					
39.	Saya yakin kesuksesan dalam berwirausaha tidak muncul tiba-tiba, tetapi diperlukan proses					

d. Penggunaan Media Sosial

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Frekuensi penggunaan media sosial dalam sehari.						
40.	Saya merupakan pengguna media sosial seperti <i>facebook, twitter, instagram, path</i> , dll.					
41.	Saya adalah pengguna media sosial yang aktif					
42.	Saya akan merasa rugi ketika dalam waktu satu hari tidak menggunakan media sosial.					
Kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial.						
43.	Saya suka berbagi kata-kata motivasi melalui media sosial.					
44.	Saya suka berbagi ide pemikiran saya lewat media sosial.					
45.	Media sosial merupakan tempat untuk mengungkapkan keluh kesah.					
Manfaat dari penggunaan media sosial.						
46.	Media sosial memudahkan saya dalam mencari informasi mengenai dunia wirausaha..					
47.	Media sosial memudahkan saya untuk mencari orang yang sukses dalam berwirausaha.					
48.	Kemudahan bersosialisasi dan berinteraksi dengan media sosial membuat saya termotivasi untuk berwirausaha atau bisnis <i>online</i> .					
Keaktifan penggunaan media sosial.						
49.	Saya dapat mengakses data mengenai kewirausahaan tanpa ada batasan ruang.					
50.	Saya dapat mengakses data mengenai kewirausahaan tanpa ada batasan waktu.					
51.	Media sosial merupakan tempat bisnis <i>online</i> dengan biaya yang sangat murah.					
52.	Media sosial membantu Saya menjadi orang yang berpikir efektif					
Ketrampilan siswa menggunakan media sosial						
53.	Saya biasa menjalankan media sosial baik <i>facebook, instragram, twitter</i>					
54.	Saya memiliki lebih dari satu akun dalam setiap media sosial					

55.	Berdasarkan kemampuan yang saya miliki dalam menjalankan media social, saya tertarik untuk berwirausaha melalui media social					
56.	Saya tidak dapat menjalankan media social					

e. Motivasi Berwirausaha

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Alasan Keuangan						
57.	Setelah lulus saya ingin berwirausaha agar memiliki uang banyak.					
58.	Saya ingin membantu orang tua saya dalam hal keuangan.					
59.	Saya ingin berwirausaha untuk memperoleh uang tambahan					
Alasan Sosial						
60.	Saya ingin sukses agar bias menjadi contoh bagi orang lain.					
61.	Saya ingin sukses agar orang – orang menghargai saya					
Alasan Pelayanan						
62.	Saya ingin membuka lapangan kerja baru					
63.	Saya ingin memperbaiki ekonomi masyarakat sekitar dengan memberikan pekerjaan.					
64.	Saya ingin membahagiakan keluarga saya.					
Alasan Pemenuhan Diri						
65.	Saya tidak ingin bergantung kepada orang lain.					
66.	Kehidupan saya nanti harus lebih baik dari kehidupan saya sekarang.					

TERIMAKASIH

Kode Res	Minat Berwirausaha (Y)																	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
R-42	3	2	3	1	1	3	4	2	3	1	4	4	4	5	3	4	4	51
R-43	3	4	3	4	5	4	3	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	66
R-44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
R-45	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	50
R-46	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	76
R-47	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	49
R-48	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	42
R-49	5	5	1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	76
R-50	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	61
R-51	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	54
R-52	4	4	5	4	5	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	65
R-53	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	77
R-54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	66
R-55	3	1	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	71
R-56	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	1	2	1	39
R-57	3	2	5	3	4	5	5	4	3	2	2	2	5	5	5	3	4	62
R-58	4	4	4	3	4	4	5	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	70
R-59	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	81
R-60	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	43
R-61	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	74
R-62	2	2	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	52
R-63	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	3	65
R-64	4	3	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3	5	4	3	65
R-65	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	81
R-66	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	63
R-67	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	68
R-68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	67
R-69	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	74
R-70	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
R-71	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	62
R-72	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	74
R-73	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	39
R-74	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	68
R-75	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	83
R-76	1	2	1	2	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	2	2	1	24
R-77	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	1	2	2	2	2	35
R-78	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	57
R-79	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	65
R-80	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	76
R-81	4	4	4	4	2	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	2	60
R-82	4	4	5	4	5	4	4	5	2	4	3	4	3	3	5	4	3	66
R-83	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	67
R-84	4	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	68

Kode Res	Minat Berwirausaha (Y)																	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
R-85	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	56
R-86	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	79
R-87	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	83
R-88	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	59
R-89	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	55
R-90	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	79
R-91	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	75
R-92	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	80
R-93	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	65
R-94	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	71
R-95	5	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	2	4	3	71
R-96	4	4	5	5	5	5	2	5	3	4	5	5	4	4	2	5	4	71
R-97	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	72
R-98	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	75
R-99	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	80
R-100	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	37
R-101	2	3	4	4	4	3	2	4	4	3	2	4	2	3	4	3	2	53
R-102	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	71
R-103	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
R-104	5	4	3	2	5	5	5	4	3	5	5	3	4	5	3	4	4	69

Variabel Pendidikan Kewirausahaan

Kode Res	Pendidikan Kewirausahaan (X1)													Total
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
R-01	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-02	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	50
R-03	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
R-04	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	24
R-05	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-06	5	5	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	53
R-07	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-08	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	60
R-09	2	3	2	3	1	2	1	2	2	3	2	2	3	28
R-10	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	59
R-11	3	4	4	2	4	5	5	5	5	5	2	3	5	52
R-12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
R-13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	52
R-14	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63
R-15	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	51
R-16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	27
R-17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
R-19	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	4	46
R-20	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	61
R-21	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	3	4	5	53
R-22	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	40
R-23	2	4	3	2	4	5	3	4	4	3	3	3	4	44
R-24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	51
R-25	2	2	3	4	3	3	2	2	3	4	4	3	4	39
R-26	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	2	2	2	50
R-27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-28	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	62
R-29	2	4	3	3	4	3	2	3	5	4	3	3	5	44
R-30	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	48
R-31	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	39
R-32	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	43
R-33	3	5	4	5	5	5	3	3	2	3	4	2	4	48
R-34	2	1	2	4	3	2	2	2	2	1	2	2	2	27
R-35	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	42
R-36	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	41
R-37	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
R-38	3	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	3	3	48
R-39	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	54
R-40	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	58
R-41	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	59
R-42	2	4	3	5	4	4	2	2	5	5	5	4	5	50

Kode Res	Pendidikan Kewirausahaan (X1)													Total
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
R-43	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	51
R-44	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	59
R-45	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	37
R-46	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	55
R-47	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	2	3	3	43
R-48	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	46
R-49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
R-50	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	2	2	5	48
R-51	3	2	4	2	3	3	3	3	2	4	2	2	4	37
R-52	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	51
R-53	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	49
R-54	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	47
R-55	3	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	49
R-56	4	3	4	3	4	4	4	2	2	4	5	4	4	47
R-57	4	4	3	4	5	5	4	2	3	5	5	3	4	51
R-58	4	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	42
R-59	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	60
R-60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	44
R-61	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	54
R-62	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	42
R-63	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	45
R-64	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	43
R-65	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	57
R-66	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	46
R-67	3	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	53
R-68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-69	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	50
R-70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	38
R-71	3	4	4	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	41
R-72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
R-73	4	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	21
R-74	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	48
R-75	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	3	4	5	59
R-76	4	2	2	1	2	2	4	2	2	3	2	2	1	29
R-77	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
R-78	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	3	48
R-79	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	50
R-80	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	59
R-81	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	48
R-82	4	3	4	2	5	5	4	4	4	5	3	4	5	52
R-83	4	4	3	2	3	3	4	5	4	5	4	4	4	49
R-84	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	50

Kode Res	Pendidikan Kewirausahaan (X1)													Total
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
R-85	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	40
R-86	4	4	2	3	5	5	5	4	5	4	3	4	5	53
R-87	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	59
R-88	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	46
R-89	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	45
R-90	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	59
R-91	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	43
R-92	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
R-93	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	51
R-94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	51
R-95	4	3	4	3	4	4	3	3	5	3	3	3	5	47
R-96	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	60
R-97	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	52
R-98	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
R-99	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	2	2	4	51
R-100	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	35
R-101	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
R-102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
R-103	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	4	42
R-104	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	46

Variabel *Self Efficacy* (X2)

Kode Res	<i>Self Efficacy</i> (X2)									Total
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
R-01	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
R-02	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
R-03	3	4	4	3	4	3	4	4	4	33
R-04	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
R-05	4	1	3	3	3	4	4	4	4	30
R-06	5	1	4	4	4	5	4	4	5	36
R-07	4	2	4	4	4	4	4	5	4	35
R-08	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
R-09	2	2	2	2	3	2	2	2	2	19
R-10	3	2	2	4	4	5	5	5	5	35
R-11	5	4	5	5	4	4	5	5	4	41
R-12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
R-13	4	3	4	4	4	5	4	5	5	38
R-14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R-15	4	1	4	4	4	5	4	4	5	35
R-16	3	4	3	3	2	2	3	3	2	25
R-17	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
R-18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R-19	3	2	2	3	3	4	3	3	5	28
R-20	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
R-21	4	2	3	3	4	4	3	4	5	32
R-22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
R-23	3	2	3	3	3	4	3	3	5	29
R-24	3	1	4	4	4	5	4	4	5	34
R-25	3	2	3	4	4	4	3	3	2	28
R-26	5	3	4	4	4	4	4	4	5	37
R-27	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
R-28	3	1	4	4	4	5	5	5	5	36
R-29	5	3	5	5	4	5	4	5	5	41
R-30	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
R-31	3	3	3	2	2	2	3	4	3	25
R-32	4	1	3	4	3	5	4	4	5	33
R-33	3	1	2	3	3	4	3	2	5	26
R-34	2	1	2	2	2	4	4	2	4	23
R-35	3	1	3	3	3	5	4	3	5	30
R-36	3	3	3	3	3	4	4	4	5	32
R-37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
R-38	5	1	4	4	4	5	5	4	5	37
R-39	3	3	3	3	3	4	4	3	4	30
R-40	5	1	5	5	5	5	5	5	5	41
R-41	3	4	5	5	5	5	4	5	5	41
R-42	4	1	4	5	4	5	2	4	5	34

Kode Res	<i>Self Efficacy (X2)</i>									Total
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
R-43	4	3	5	5	4	5	4	5	5	40
R-44	3	4	5	5	5	5	4	5	5	41
R-45	3	2	3	3	3	3	2	3	4	26
R-46	3	3	4	4	4	4	4	4	5	35
R-47	3	3	3	3	2	4	3	3	4	28
R-48	2	4	4	4	4	2	2	4	2	28
R-49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R-50	4	2	4	3	3	4	3	4	5	32
R-51	4	2	3	3	3	4	4	4	5	32
R-52	4	2	3	3	4	4	4	4	5	33
R-53	4	2	4	3	4	5	4	4	5	35
R-54	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
R-55	5	2	4	4	4	4	4	5	5	37
R-56	2	2	2	3	3	3	3	3	5	26
R-57	5	5	5	4	4	5	3	3	5	39
R-58	3	1	3	3	3	4	3	3	3	26
R-59	5	3	4	5	4	5	5	5	5	41
R-60	4	4	4	3	3	3	2	2	3	28
R-61	4	3	4	5	5	5	4	4	5	39
R-62	3	4	4	3	3	3	4	4	5	33
R-63	4	1	4	3	4	4	3	4	5	32
R-64	4	3	3	3	2	3	4	4	4	30
R-65	5	3	4	4	4	5	4	4	5	38
R-66	4	2	3	4	3	4	4	4	5	33
R-67	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
R-68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
R-69	3	2	3	4	4	4	3	4	5	32
R-70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
R-71	4	2	3	3	2	4	3	4	4	29
R-72	4	3	4	4	5	4	5	4	5	38
R-73	3	3	4	4	5	1	2	3	1	26
R-74	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
R-75	5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
R-76	1	3	1	1	1	1	2	2	1	13
R-77	2	3	4	2	4	2	2	2	2	23
R-78	3	3	3	3	3	3	3	4	5	30
R-79	4	2	4	3	4	4	4	3	4	32
R-80	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
R-81	4	1	4	4	4	5	4	4	4	34
R-82	4	2	3	3	4	5	3	4	5	33
R-83	4	3	5	3	4	5	3	4	5	36
R-84	4	3	3	3	3	4	4	3	4	31

Kode Res	<i>Self Efficacy (X2)</i>									Total
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
R-85	2	2	3	3	3	3	3	3	3	25
R-86	5	2	4	4	4	5	4	5	5	38
R-87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
R-88	3	3	3	3	3	4	4	4	5	32
R-89	3	2	3	3	3	3	3	4	5	29
R-90	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
R-91	4	4	3	4	4	5	4	4	5	37
R-92	3	3	4	4	4	4	4	5	5	36
R-93	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
R-94	4	4	4	4	4	5	4	5	5	39
R-95	5	3	4	5	4	5	4	5	5	40
R-96	4	3	5	4	3	4	4	4	5	36
R-97	3	4	4	3	4	4	5	5	4	36
R-98	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
R-99	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
R-100	3	3	3	3	3	3	2	2	1	23
R-101	3	2	2	4	4	4	3	3	4	29
R-102	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
R-103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
R-104	3	1	5	4	3	5	5	5	5	36

Kode Res	Penggunaan Media Sosial (X3)																Total	
	4 0	4 1	4 2	4 3	4 4	4 5	4 6	4 7	4 8	4 9	5 0	5 1	5 2	5 3	5 4	5 5		5 6
R-42	5	5	2	2	2	5	5	4	5	2	4	2	4	5	5	2	4	63
R-43	3	3	1	4	3	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	68
R-44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
R-45	3	3	2	2	3	3	4	5	3	4	4	4	3	2	3	3	4	55
R-46	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	2	5	3	76
R-47	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	63
R-48	2	2	4	2	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	4	2	3	45
R-49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	84
R-50	4	4	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	66
R-51	5	4	2	2	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	2	3	4	62
R-52	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	3	5	2	4	3	66
R-53	5	5	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	67
R-54	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	65
R-55	5	2	2	1	1	3	5	4	5	5	5	5	3	4	4	1	4	59
R-56	5	5	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	5	4	3	5	59
R-57	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	3	5	3	5	4	3	4	71
R-58	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1	3	3	4	4	3	4	4	60
R-59	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	71
R-60	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	4	46
R-61	5	4	5	4	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	73
R-62	5	4	5	4	4	5	4	4	3	3	3	5	4	2	2	3	4	64
R-63	4	4	4	2	4	3	5	5	4	4	4	4	3	5	2	4	5	66
R-64	3	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	68
R-65	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	75
R-66	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
R-67	4	3	4	3	4	3	5	5	4	5	5	5	4	4	2	4	4	68
R-68	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
R-69	5	5	4	2	5	4	5	5	4	3	5	5	3	5	4	3	4	71
R-70	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	1	3	3	2	3	4	50
R-71	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	5	61
R-72	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	4	4	77
R-73	1	1	2	3	3	5	5	1	2	1	2	3	1	1	2	1	4	38
R-74	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	61
R-75	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	81
R-76	1	2	3	2	2	5	1	1	2	1	2	1	2	1	5	2	4	37
R-77	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	38
R-78	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	76
R-79	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	58
R-80	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	68
R-81	4	5	4	1	1	3	4	4	4	3	3	3	5	5	3	4	5	61
R-82	5	5	4	4	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	67
R-83	3	3	2	2	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	55

Kode Res	Penggunaan Media Sosial (X3)																Total	
	4 0	4 1	4 2	4 3	4 4	4 5	4 6	4 7	4 8	4 9	5 0	5 1	5 2	5 3	5 4	5 5		5 6
R-84	3	2	1	2	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	2	2	3	49
R-85	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	60
R-86	5	4	4	2	4	3	5	3	5	4	4	3	4	4	2	2	3	61
R-87	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	79
R-88	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	74
R-89	4	3	2	2	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	61
R-90	5	5	4	2	3	3	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	72
R-91	4	4	3	2	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	5	4	4	64
R-92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	80
R-93	5	4	4	3	3	3	5	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	69
R-94	5	4	4	3	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	5	4	5	68
R-95	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	4	2	5	3	5	4	73
R-96	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	70
R-97	5	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	65
R-98	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	72
R-99	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	79
R-100	2	1	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	3	2	4	52
R-101	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	74
R-102	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	64
R-103	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	5	3	4	4	60
R-104	4	4	3	3	3	3	5	5	5	1	2	4	3	4	5	4	5	63

Variabel Motivasi Berwirausaha (Z)

Kode Res	Motivasi Berwirausaha (Z)										Total
	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	
R-01	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R-02	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
R-03	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R-04	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	21
R-05	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	41
R-06	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	46
R-07	4	4	4	4	2	5	5	5	5	5	43
R-08	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-09	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	22
R-10	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
R-11	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
R-12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R-13	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	47
R-14	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
R-15	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
R-16	2	1	2	3	4	2	2	1	3	3	23
R-17	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46
R-18	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
R-19	3	4	4	4	2	4	4	5	4	5	39
R-20	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
R-21	3	5	5	4	3	5	4	5	5	5	44
R-22	3	4	4	4	3	5	4	3	4	5	39
R-23	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	46
R-24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
R-25	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5	37
R-26	4	4	5	2	1	4	4	4	4	5	37
R-27	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
R-28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-30	4	3	4	3	5	4	4	5	5	5	42
R-31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
R-32	2	5	3	2	2	4	4	5	3	5	35
R-33	3	5	5	5	3	4	5	5	3	5	43
R-34	3	4	3	3	2	3	3	4	5	5	35
R-35	2	4	3	5	3	4	5	5	4	5	40
R-36	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
R-37	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
R-38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
R-39	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	43
R-40	5	5	5	5	2	5	5	5	1	5	43
R-41	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
R-42	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48

Kode Res	Motivasi Berwirausaha (Z)										Total
	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	
R-43	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	46
R-44	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
R-45	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
R-46	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	45
R-47	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	39
R-48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
R-49	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
R-50	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	45
R-51	3	5	4	5	3	3	4	5	5	5	42
R-52	4	4	4	5	2	5	4	5	5	5	43
R-53	2	5	5	5	2	5	5	5	5	5	44
R-54	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	42
R-55	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	46
R-56	2	4	4	3	3	3	3	2	2	3	29
R-57	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	47
R-58	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
R-59	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
R-60	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	22
R-61	4	5	5	5	2	4	5	5	3	5	43
R-62	3	5	3	5	5	4	4	5	5	5	44
R-63	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	44
R-64	2	5	3	5	5	5	5	5	5	5	45
R-65	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
R-66	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R-67	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
R-68	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	41
R-69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-70	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	36
R-71	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
R-72	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	47
R-73	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	19
R-74	4	5	4	4	3	5	5	5	4	5	44
R-75	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
R-76	4	4	2	3	5	2	2	1	2	3	28
R-77	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
R-78	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
R-79	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	37
R-80	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
R-81	5	5	4	4	3	5	5	5	3	5	44
R-82	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
R-83	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	43
R-84	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	37

Kode Res	Motivasi Berwirausaha (Z)										Total
	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	
R-85	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	39
R-86	3	5	4	5	4	5	5	5	3	5	44
R-87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-88	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	45
R-89	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5	37
R-90	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
R-91	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46
R-92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-93	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	46
R-94	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	46
R-95	4	5	4	4	2	5	5	5	5	5	44
R-96	4	5	5	3	2	5	5	5	5	5	44
R-97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-98	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
R-99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-100	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	19
R-101	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	46
R-102	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
R-103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R-104	2	5	5	3	2	5	5	5	5	5	42

**Lampiran 10. Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Variabel Minat Berwirausaha (Y)**
Hasil Statistik Deskriptif Variabel Minat Berwirausaha
Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Minat Berwirausaha	104	24	85	64.34	12.840
Valid N (listwise)	104				

Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori	Rata-Rata
1.	73 – 86	29	27,9%	Sangat Tinggi	64,34
2.	59 – 72	46	44,2%	Tinggi	
3.	45 – 58	19	18,3%	Sedang	
4.	31- 44	9	8,7%	Rendah	
5.	17 – 30	1	1%	Sangat Rendah	
Jumlah/Kategori		104	100%		Tinggi

Distribusi Indikator Minat Berwirausaha

N0	Indikator	Mean	Kategori
1.	Membuat pilihan pekerjaan	11,31	Tinggi
2.	Merasa tertarik untuk berwirausaha	15.63	Sedang
3.	Merasa senang untuk berwirausaha	7.59	Tinggi
4.	Berkeinginan untuk berwirausaha	11.40	Tinggi
5.	Berani mengambil risiko untuk meraih sukses	18.40	Sedang

Variabel Pendidikan Kewirausahaan (X1)

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Pendidikan Kewirausahaan

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Pendidikan Kewirausahaan	104	21	65	48.46	8.749
Valid N (listwise)	104				

Distribusi Frekuensi Variabel Pendidikan Kewirausahaan

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori	Rata-Rata
1.	57 - 67	19	18,3%	Sangat Tinggi	48,46
2.	46 – 56	54	51,9%	Tinggi	
3.	35 – 45	25	24%	Sedang	
4.	24 - 34	5	4,8%	Rendah	
5.	13 – 23	1	1%	Sangat Rendah	
Jumlah/Kategori		104	100%		Tinggi

Distribusi Indikator Pendidikan Kewirausahaan

NO	Indikator	Mean	Kategori
1.	Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa	18,57	Sedang
2.	Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri	14,99	Sedang
3.	Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya.	14,90	Sedang

Variabel *Self Efficacy* (X2)Hasil Statistik Deskriptif Variabel *Self Efficacy***Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Self Efficacy	104	13	45	33.74	6.269
Valid N (listwise)	104				

Distribusi Frekuensi Variabel *Self Efficacy*

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori	Rata-Rata
1.	41 – 48	16	15,4%	Sangat Tinggi	33,74
2.	33 - 40	48	46,2%	Tinggi	
3.	25 – 32	34	32,7%	Sedang	
4.	17 – 24	5	4,8%	Rendah	
5.	9 – 16	1	1%	Sangat Rendah	
Jumlah/Kategori		104	100%		Tinggi

Distribusi Indikator *Self Efficacy*

N0	Indikator	Mean	Kategori
1.	Memberikan peluang tumbuh dan berkembangnya potensi kreativitas dan inovasi siswa	10,27	Tinggi
2.	Mereduksi mindset siswa tentang tujuan dan orientasi mengikuti pendidikan untuk menjadi pegawai negeri	11,46	Tinggi
3.	Mempersiapkan siswa memiliki sikap kewirausahaan dan mampu mengembangkan seluruh potensi dirinya.	12,01	Tinggi

Variabel Penggunaan Media Sosial (X3)

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penggunaan Media Sosial

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penggunaan Media Sosial	104	37	84	64.51	10.407
Valid N (listwise)	104				

Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Media Sosial

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori	Rata-Rata
1.	73 - 86	22	21,2%	Sangat Tinggi	64,51
2.	59 - 72	62	59,6%	Tinggi	
3.	45 - 58	14	13,5%	Sedang	
4.	31- 44	6	5,8%	Rendah	
5.	17 - 30	0	0%	Sangat Rendah	
Jumlah/Kategori		104	100%		Tinggi

Distribusi Indikator Penggunaan Media Sosial

N0	Indikator	Mean	Kategori
1.	Frekuensi penggunaan media sosial dalam sehari	11,37	Tinggi
2.	Kemudahan mengapresiasi diri dengan penggunaan media sosial	9,91	Sedang
3.	Manfaat dari penggunaan media sosial	12,38	Tinggi
4.	Keaktifan penggunaan media sosial	15,57	Sedang
5.	ketrampilan siswa menggunakan media sosial	1529	Sedang

Variabel Motivasi Berwirausaha (Z)

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Motivasi Berwirausaha

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Motivasi Berwirausaha	104	19	50	42.28	7.757
Valid N (listwise)	104				

Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Berwirausaha

No	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori	Rata-Rata
1.	46 – 54	44	42,3%	Sangat Tinggi	42,28
2.	37 - 45	46	44,2%	Tinggi	
3.	28 – 36	6	5,8%	Sedang	
4.	19 – 27	8	7,7%	Rendah	
5.	10 – 18	0	0%	Sangat Rendah	
Jumlah/Kategori		104	100%		Tinggi

Distribusi Indikator Motivasi Berwirausaha

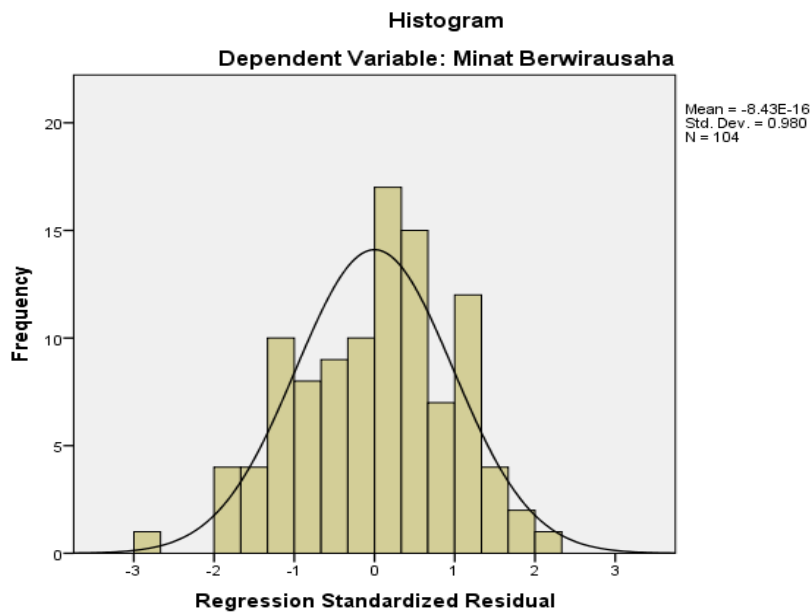
N0	Indikator	Mean	Kategori
1.	Alasan keuangan	12.35	Tinggi
2.	Alasan sosial	7.97	Sedang
3.	Alasan pelayanan	13.12	Sangat Tinggi
4.	Alasan pemenuhan	8.85	Tinggi

Lampiran 11. Uji Asumsi Klasik

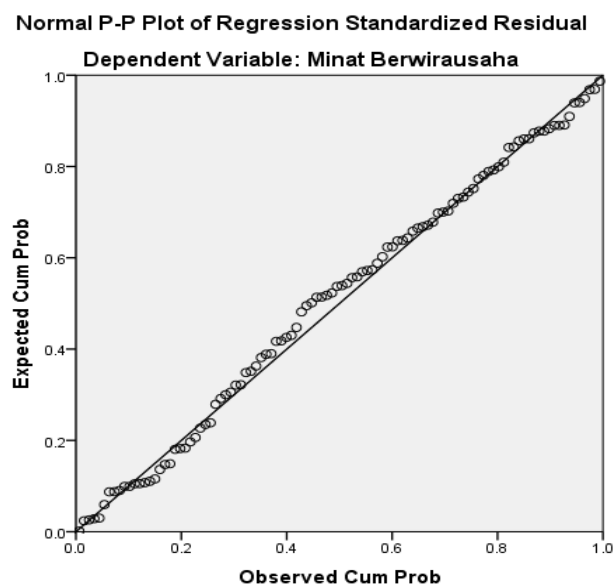
Uji Normalitas

1. Uji Normalitas dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Grafik Histogram Uji Normalitas dengan Variabel Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

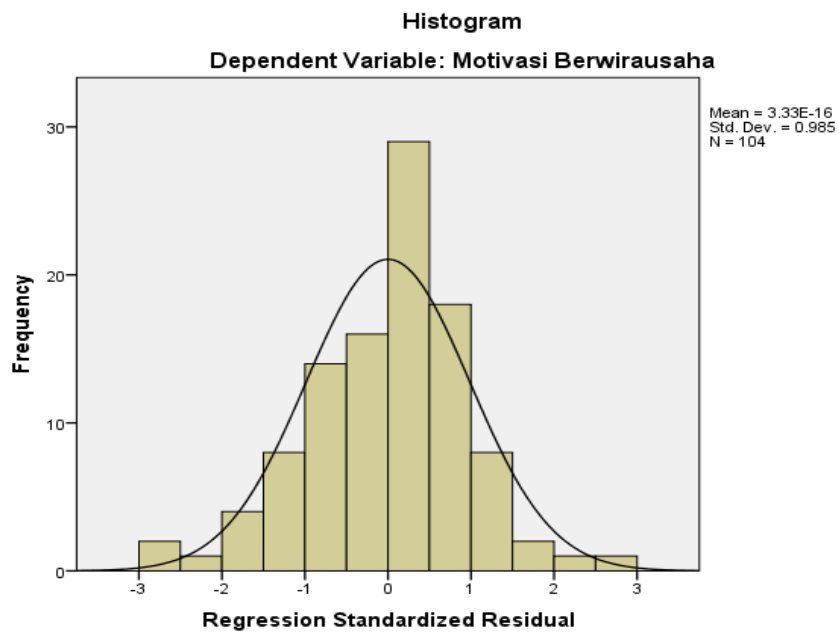


Grafik *Probability Plot* Uji Normalitas dengan Variabel Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

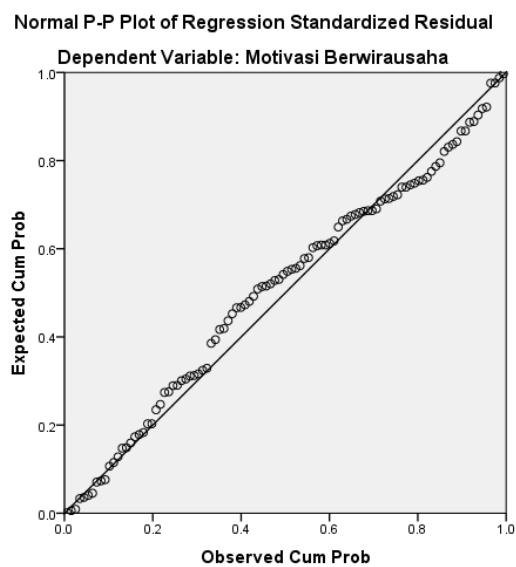


2. Uji Normalitas dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Grafik Histogram Uji Normalitas dengan Variabel Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen



Grafik *Probability Plot* Uji Normalitas dengan Variabel Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen



Uji Linearitas

1. Uji Linearitas dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Minat Berwirausaha * Pendidikan Kewirausahaan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha * Pendidikan Kewirausahaan	Between Groups	(Combined)	13207.764	32	412.743	7.766	.000
		Linearity	11185.910	1	11185.910	210.470	.000
		Deviation from Linearity	2021.854	31	65.221	1.227	.237
	Within Groups		3773.457	71	53.147		
Total			16981.221	103			

Minat Berwirausaha * Self Efficacy

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha * Self Efficacy	Between Groups	(Combined)	13724.921	23	596.736	14.660	.000
		Linearity	12608.225	1	12608.225	309.756	.000
		Deviation from Linearity	1116.697	22	50.759	1.247	.235
	Within Groups		3256.300	80	40.704		
Total			16981.221	103			

Minat Berwirausaha * Penggunaan Media Sosial

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha * Penggunaan Media Sosial	Between Groups	(Combined)	12402.954	37	335.215	4.832	.000
		Linearity	9877.244	1	9877.244	142.390	.000
		Deviation from Linearity	2525.710	36	70.159	1.011	.473
	Within Groups		4578.267	66	69.368		
Total			16981.221	103			

Minat Berwirausaha * Motivasi Berwirausaha

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha * Motivasi Berwirausaha	Between Groups	(Combined)	12136.530	22	551.660	9.223	.000
		Linearity	10598.617	1	10598.617	177.202	.000
		Deviation from Linearity	1537.913	21	73.234	1.224	.254
	Within Groups		4844.691	81	59.811		
Total			16981.221	103			

2. Uji Linearitas dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel Dependen

Motivasi Berwirausaha * Pendidikan Kewirausahaan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Motivasi Berwirausaha * Pendidikan Kewirausahaan	Between Groups	(Combined)	4311.402	32	134.731	5.073	.000
		Linearity	3048.720	1	3048.720	114.801	.000
		Deviation from Linearity	1262.682	31	40.732	1.534	.070
	Within Groups		1885.512	71	26.557		
Total			6196.913	103			

Motivasi Berwirausaha * Self Efficacy

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Motivasi Berwirausaha * Self Efficacy	Between Groups	(Combined)	4200.806	23	182.644	7.320	.000
		Linearity	3188.314	1	3188.314	127.781	.000
		Deviation from Linearity	1012.493	22	46.022	1.844	.026
	Within Groups		1996.107	80	24.951		
Total			6196.913	103			

Motivasi Berwirausaha * Penggunaan Media Sosial

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Motivasi Berwirausaha * Penggunaan Media Sosial	Between Groups	(Combined)	5066.980	37	136.945	7.999	.000
		Linearity	3727.106	1	3727.106	217.702	.000
		Deviation from Linearity	1339.874	36	37.219	2.174	.003
	Within Groups		1129.933	66	17.120		
Total			6196.913	103			

Uji Multikolonieritas

1. Uji Multikolonieritas dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel

Dependen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.182	3.547		-1.461	.147		
	Pendidikan Kewirausahaan	.295	.122	.201	2.429	.017	.268	3.731
	Self Efficacy	.941	.166	.460	5.688	.000	.281	3.554
	Penggunaan Media Sosial	.054	.098	.044	.547	.586	.289	3.465
	Motivasi Berwirausaha	.472	.120	.285	3.951	.000	.352	2.839

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

2. Uji Multikolonieritas dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel

Dependen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.881	2.953		.976	.332		
	Pendidikan Kewirausahaan	.086	.101	.097	.845	.400	.270	3.704
	Self Efficacy	.322	.135	.261	2.395	.018	.297	3.362
	Penggunaan Media Sosial	.378	.073	.507	5.163	.000	.366	2.736

a. Dependent Variable: Motivasi Berwirausaha

Uji Heteroskedastisitas

1. Uji Heteroskedastisitas dengan Minat Berwirausaha sebagai Variabel

Dependen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.649	2.080		2.236	.028
	Pendidikan Kewirausahaan	.020	.071	.054	.281	.779
	Self Efficacy	-.110	.097	-.213	-1.136	.259
	Penggunaan Media Sosial	-.018	.058	-.057	-.306	.760
	Motivasi Berwirausaha	.086	.070	.205	1.224	.224

a. Dependent Variable: Abs_Res

2. Uji Heteroskedastisitas dengan Motivasi Berwirausaha sebagai Variabel

Dependen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.558	1.754		6.018	.000
	Pendidikan Kewirausahaan	.013	.060	.037	.208	.835
	Self Efficacy	-.055	.080	-.116	-.686	.494
	Penggunaan Media Sosial	-.090	.043	-.317	-2.070	.041

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 12. Analisis Jalur

1. Persamaan Regresi Pertama

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.904 ^a	.818	.811	5.586	1.811

a. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha, Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Self Efficacy

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.182	3.547		-1.461	.147		
	Pendidikan Kewirausahaan	.295	.122	.201	2.429	.017	.268	3.731
	Self Efficacy	.941	.166	.460	5.688	.000	.281	3.554
	Penggunaan Media Sosial	.054	.098	.044	.547	.586	.289	3.465
	Motivasi Berwirausaha	.472	.120	.285	3.951	.000	.352	2.839

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

2. Persamaan Regresi Kedua

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805 ^a	.648	.637	4.672	2.045

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

b. Dependent Variable: Motivasi Berwirausaha

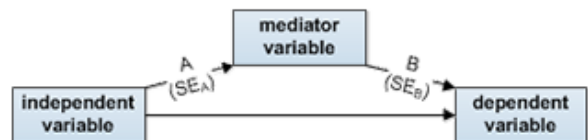
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.881	2.953		.976	.332		
	Pendidikan Kewirausahaan	.086	.101	.097	.845	.400	.270	3.704
	Self Efficacy	.322	.135	.261	2.395	.018	.297	3.362
	Penggunaan Media Sosial	.378	.073	.507	5.163	.000	.366	2.736

a. Dependent Variable: Motivasi Berwirausaha

Lampiran 13. Uji Sobel

1. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha



A: ?

B: ?

SE_A: ?

SE_B: ?

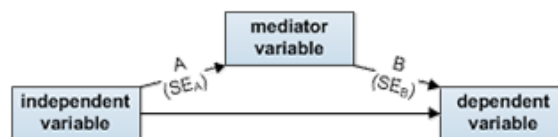
Calculate!

Sobel test statistic: 0.83220840

One-tailed probability: 0.20264566

Two-tailed probability: 0.40529132

2. Pengaruh *Self Efficacy* melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha



A: ?

B: ?

SE_A: ?

SE_B: ?

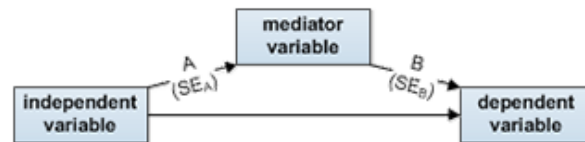
Calculate!

Sobel test statistic: 2.03949560

One-tailed probability: 0.02070030

Two-tailed probability: 0.04140059

3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial melalui Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha



A: ?

B: ?

SE_A: ?

SE_B: ?

Calculate!

Sobel test statistic: 3.13215667

One-tailed probability: 0.00086764

Two-tailed probability: 0.00173527