

PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA, *LOVE OF MONEY* DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP MINAT MAHASISWA BERWIRAUSAHA (Studi pada Mahasiswa Aktif Prodi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana)

Ni Luh Putu Ayu Indrawati Putri¹, Made Arie Wahyuni²

^{1,2}S1 Akuntansi, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

e-mail: ¹| ayu.indrawati@undiksha.ac.id, ²| ariewahyuni@undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money* dan *self efficacy* terhadap minat mahasiswa berwirausaha. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 453 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money* dan *self efficacy* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

Kata kunci: pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money*, *self efficacy*, minat berwirausaha.

Abstract

This study aims to empirically prove the effect of entrepreneurship education, use of social media, love of money and self-efficacy on student interest in entrepreneurship. This research was a quantitative research using primary data obtained from questionnaires. The population of this study were all active students of the Faculty of Economics, Ganesha University and Udayana University. The sampling technique in this study used purposive sampling with a total of 453 respondents. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis using SPSS version 26 software. The results show that partially entrepreneurship education, use of social media, love of money and self-efficacy had a positive effect on student interest in entrepreneurship.

Keywords : entrepreneurship education, use of social media, love of money, self efficacy, interest in entrepreneurship.

1. Pendahuluan

Mahasiswa sebagai *agent of change* dan generasi milenial sangat berpeluang besar untuk menciptakan lapangan pekerjaan melalui wirausaha karena mahasiswa memiliki kepekaan terhadap trend pasar dan mampu melihat apa yang saat ini sedang disukai atau dibutuhkan oleh masyarakat. Adanya terobosan-terobosan baru dari mahasiswa melalui ide-ide kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk atau menawarkan jasa dapat menjadi ladang bisnis untuk menghasilkan uang. Dengan dibantu oleh kemajuan teknologi seperti social media yang banyak digunakan untuk pemasaran dapat memperluas jangkauan target pasar dan mengembangkan skala usaha sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Melihat besarnya peluang terciptanya wirausaha di kalangan mahasiswa, maka penting dilakukan penelitian terkait dengan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat

mahasiswa berwirausaha. Dari beberapa universitas di Indonesia, Universitas Udayana dan Universitas Pendidikan Ganesha turut berperan aktif dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswanya. Universitas Udayana memiliki UKM Kewirausahaan untuk mewadahi minat dan bakat mahasiswanya dalam bentuk kewirausahaan. Sedangkan Universitas Pendidikan Ganesha memiliki laboratorium kewirausahaan untuk mewadahi mahasiswanya yang sudah memiliki usaha ataupun berminat pada bidang ini dan melakukan diskusi serta seminar seputar kewirausahaan.

Kewirausahaan di perguruan tinggi dapat diberikan melalui edukasi pendidikan kewirausahaan, selain itu perguruan tinggi (kampus) juga turut memfasilitasi pengembangan wirausaha muda dikalangan mahasiswa. Universitas Udayana memiliki beberapa program yang dapat memfasilitasi mahasiswa dalam bidang kewirausahaan ini. Perlombaan *business plan*, perlombaan PKM yang termasuk di dalamnya adalah PKM-Kewirausahaan, dan dibentuknya UKM Kewirausahaan. Sedangkan pada Universitas Pendidikan Ganesha juga memiliki program yang serupa dalam memfasilitasi mahasiswa untuk berwirausaha yaitu dengan perlombaan *business plan*, perlombaan PKM yang termasuk di dalamnya adalah PKM-Kewirausahaan, dan dibentuknya Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.

Survei awal pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada sampel penelitian yaitu mahasiswa Prodi Akuntansi, Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana. Adapun 127 responden yang mengisi kuesioner, dari hasil survey awal yang telah dilakukan diperoleh data sebanyak 41 mahasiswa atau 32,3 % yang telah memiliki usaha. Rata-rata usaha yang dimiliki mahasiswa ini adalah usaha yang berbasis online dan menggunakan social media seperti instagram untuk melakukan pemasarannya. Alasan bagi mahasiswa yang belum memiliki usaha yaitu belum memiliki modal yang cukup, tidak mengetahui bagaimana cara mengelola usaha yang tepat, tidak percaya diri karena takut untuk bersaing dengan *competitor* yang telah memiliki brand besar, takut untuk mengambil risiko dan masih terkendala dengan manajemen waktu antara kuliah dan berwirausaha.

Permasalahan yang dihadapi khususnya mahasiswa fakultas ekonomi yang memperoleh mata kuliah kewirausahaan guna memperdalam pemahaman mengenai pengetahuan kewirausahaan. Namun saat di era pandemi *Covid-19* menyebabkan semua pembelajaran diperguruan tinggi dilakukan secara daring sehingga mahasiswa hanya memperoleh pendidikan kewirausahaan secara teori saja dan kurang adanya praktek lapangan secara langsung. Disamping itu semenjak adanya pandemi *Covid-19* perkembangan teknologi semakin pesat, berbagai kegiatan dapat dilakukan secara *online/daring* termasuk juga dalam bisnis berwirausaha. Hampir setiap mahasiswa memiliki akun social media yang seharusnya dapat menjadi faktor pendorong dan bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang memiliki minat untuk berwirausaha. Penggunaan sosial media dapat mempermudah kegiatan berwirausaha seperti menjalankan bisnis *online*, melakukan pemasaran melalui social media, penerimaan pesanan dan mempermudah interaksi dengan konsumen. Pada survey awal yang telah dilakukan beberapa mahasiswa yang sudah berwirausaha menjalankan *online shop* sehingga memudahkan mahasiswa untuk berwirausaha sambil menempuh perkuliahan.

Adanya perbedaan kesimpulan antar peneliti yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peluang yang tinggi untuk mendorong minat mahasiswa berwirausaha, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yanti, 2019), (Cahyaningrum & Susanti, 2021) dan (Kristianti, 2021) namun bertolak belakang dengan hasil dari penelitian (Zulianto et al., 2013) dan (Suharbayu, 2017) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa tidak sesuai dengan pembentukan karakter dan kemampuan berwirausaha pada diri mahasiswa sehingga tidak mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Penggunaan sosial media juga berpengaruh saat ini untuk menjalankan wirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfaruk, 2016), (Cahyaningrum & Susanti, 2021) dan (Paulina, 2021) namun bertolak belakang dengan hasil dari penelitian (Prasetyo,

2020) dan (Agustina, 2021) menyatakan bahwa sosial media tidak berpengaruh pada minat mahasiswa berwirausaha. Diperlukannya rasa percaya diri dan yakin pada kemampuan diri (*self efficacy*) juga memegang peranan penting untuk mendorong seseorang berwirausaha, hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Yanti, 2019), (Paulina, 2021) dan (Nengseh, 2021) dan bertolak belakang dengan penelitian (Qoyyimah, 2016), (Putro, 2021). Adanya perdebatan empiris ini memberikan peluang untuk menguji faktor-faktor yang patut untuk diteliti kembali, yaitu pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money* dan *self efficacy*

Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat dikaitkan dengan variable pendidikan kewirausahaan. Sesuai dengan konsepnya pada teori ini yaitu norma subjektif dimana akan mengacu pada tekanan social yang muncul untuk melakukan ataupun tidak melakukan hal tersebut. Teori Atribusi juga dapat dikaitkan dengan pendidikan kewirausahaan. Hal ini dikarenakan pendidikan kewirausahaan merupakan penyebab eksternal yang dapat mempengaruhi mahasiswa terhadap minat berwirausaha. Hal ini didukung dalam penelitian (Nengseh, 2021), (Astungkara & Widayanti, 2020), (Yanti, 2019), (Permatasari, 2016), dan (Cahyaningrum & Susanti, 2021) bahwasanya terdapat hubungan yang positif antara pendidikan kewirausahaan dengan minat berwirausaha.

H₁ : Pendidikan Kewirausahaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berwirausaha.

Theory of Planned Behavior (TPB) dapat dilihat pada penggunaan social media. Seorang mahasiswa yang telah memahami teknologi saat ini salah satunya sosial media dapat memanfaatkan sosial media tersebut untuk melakukan pemasaran produk ataupun penerimaan pesanan dari konsumen. Penggunaan sosial media juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi sikap yaitu faktor eksternal dalam teori atribusi. Hal ini didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sumerta et al., 2020), (Cahyaningrum & Susanti, 2021), (Alfaruk, 2016) bahwasannya terdapat hubungan yang positif antara penggunaan social media dengan minat berwirausaha.

H₂ : Penggunaan Sosial Media Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berwirausaha.

Love of money dapat dikaitkan dengan teori atribusi dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Hal ini dikarenakan motivasi yang muncul dalam diri dan berorientasi terhadap uang dapat menjadi pendorong untuk melakukan kegiatan wirausaha. *Love of money* merupakan faktor internal berupa kondisi psikologis seseorang merupakan penyebab internal yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam memunculkan minat berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Astungkara & Widayanti, 2020), (Hidayati, 2021) dan (Kristianti, 2021) bahwasannya terdapat hubungan yang positif antara *love of money* dengan minat berwirausaha.

H₃ : Sikap *Love Of Money* Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berwirausaha.

Theory of Planned Behavior (TPB) dapat dikaitkan dengan variable efikasi diri. Sesuai dengan konsep kedua teori ini yaitu norma subjektif dimana mengacu pada sebuah tekanan sosial yang muncul untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Oleh karena itu, mahasiswa yang memiliki keyakinan pada diri sendiri akan berhasil akan cenderung lebih berminat dalam berwirausaha, sedangkan mahasiswa yang tidak yakin pada diri sendiri sama sekali cenderung tidak berminat dalam berwirausaha. Teori Atribusi juga dapat dikaitkan dengan efikasi diri. Hal tersebut disebabkan, *self efficacy* merupakan penyebab internal yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam memunculkan minat berwirausaha.

H₄ : Self Efficacy Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berwirausaha.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang merupakan data berbentuk angka atau data kualitatif diangkakan. Data tersebut meliputi data kuesioner yang diberikan oleh peneliti terkait dengan pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money* dan *self efficacy* terhadap minat mahasiswa berwirausaha. Hasil kuesioner akan diolah

lebih lanjut. Data yang telah terkumpul kemudian diuji terlebih dahulu dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis kuantitatif yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dan Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, yang khususnya pada prodi Akuntansi dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Total Populasi

Tahun Angkatan	Prodi Akuntansi UNDIKSHA	Prodi Akuntansi UNUD	Akumulasi
2018	288	245	533
2019	231	263	494
	519	508	1.027

Metode pemilihan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Hal ini dilakukan, karena peneliti ingin mengambil sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangannya dimana mahasiswa yang diijinkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Udayana yang telah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan.

Menurut Slovin (dalam Riduwan 2014) banyaknya responden yang diambil untuk menjawab kuesioner adalah dengan cara menggunakan rumus berikut.

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = sampel

N = Populasi

d = presisi 5%

Universitas Pendidikan Ganesha :

$$n = \frac{519}{519(0,05)^2 + 1} = \frac{519}{1,2975 + 1} = \frac{519}{2,2975} = 225,9 = 226$$

Universitas Udayana :

$$n = \frac{508}{508(0,05)^2 + 1} = \frac{508}{1,27 + 1} = \frac{508}{2,27} = 223,8 = 224$$

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah minimal sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah 226 mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha dan 224 mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Udayana.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dengan menggunakan *google form*, Skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah skala Likert. Kemudian hasil data tersebut akan diuji melalui uji kausalitas data yaitu; uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu; ujinormalitas, uji multikolinieritas dan uji

heterokedastisitas, serta terakhir melakukan uji hipotesis yaitu; uji regresi linier berganda, uji t dan uji koefisien determinasi

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji Kualitas Data

Pengujian data dijalankan untuk mendapatkan hasil dan melihat apakah data tersebut dapat mencerminkan keadaan yang sedang diselidiki. Data dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji reliabilitas dan validitas. Analisis item, yang dapat menghubungkan skor setiap item dengan skor keseluruhan, digunakan untuk mengevaluasi validitas setiap item pertanyaan dalam kuesioner. Memanfaatkan *person's correlation*, uji validasi menentukan validitas survei. Soal-soal pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money* dan *self efficacy* terhadap minat mahasiswa berwirausaha semuanya dianggap valid dalam penelitian ini karena semuanya memiliki nilai signifikansi (*Sig.*) kurang dari 0,05. Pengujian Reliabilitas merupakan pengujian terhadap suatu indeks yang mampu menunjukkan seberapa jauh indikator dapat diandalkan. Temuan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu merupakan persyaratan untuk indikator. Koefisien *Alpha Cronbach*, yang menampilkan konsistensi internal dari item-item yang terdiri dari sebuah variabel, adalah fondasi di mana evaluasi dibangun. Dalam penelitian ini, *Alpha Cronbach* untuk setiap variabel lebih besar dari 0,70. Kuesioner pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money* dan *self efficacy* terhadap minat mahasiswa berwirausaha adalah reliabel.

Hasil Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini data telah ditabulasikan dan tersimpan dalam tabel untuk dianalisis sehingga memperoleh gambaran menyeluruh. Berikut ini dijelaskan bagaimana variabel (X) mempengaruhi variabel (Y).

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
X ₁	453	14	35	29,16	2,64
X ₂	453	11	35	28,68	3,62
X ₃	453	7	35	28,16	3,64
X ₄	453	8	35	28,76	3,15
Y	453	14	35	28,38	2,80

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>
<i>Unstandardized Residual</i>		Interpretasi
N	453	Hasil Uji normalitas memperoleh bahwa nilai <i>Sig.</i> sebesar 0,100. Nilai <i>Sig.</i> > 0,05 untuk statistik <i>Kolmogorov-Smirnov Z</i> . Berdasarkan kriteria uji normalitas, data terdistribusi normal jika nilai <i>Sig.</i> lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2011). Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data berdistribusi normal.
<i>Test Statistic</i>	0,039	
<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,100	

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan	Interpretasi
	Tolerance	VIF		
X ₁	0,492	2,031	Tidak ada multikolinieritas	Pada Uji multikolinieritas diperoleh hasil bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel bebas lebih kecil dari 10 dan nilai <i>tolerance</i> lebih dari 0,10. Nilai korelasi di antara variabel bebas pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, <i>love of money</i> , dan <i>self efficacy</i> dapat dikatakan mempunyai korelasi yang lemah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.
X ₂	0,324	3,085	Tidak ada multikolinieritas	
X ₃	0,314	3,189	Tidak ada multikolinieritas	
X ₄	0,328	3,051	Tidak ada multikolinieritas	

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	T	Sig.	Inerpretasi
1			Dan Uji heteroskedastisitas hasil olah data dengan <i>spss</i> memperoleh nilai signifikansi antara variabel bebas dengan <i>absolute residual</i> (ABS) lebih besar dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas
X ₁	-0,877	0,381	
X ₂	-1,664	0,097	
X ₃	-0,238	0,812	
X ₄	1,802	0,072	

a. *Dependent Variable: Absolute Residual (ABS)*

Analisis Regresi Linier Berganda

Seluruh uji asumsi klasik terpenuhi, yaitu sebaran data berdistribusi normal, antara variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi linier, dan model regresi yang digunakan tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas, maka analisis regresi linier berganda dapat dilanjutkan.

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Beta

Model	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1				
(Constant)	4,353		5,064	0,000
X ₁	0,341	0,322	8,401	0,000
X ₂	0,099	0,128	2,702	0,007
X ₃	0,215	0,279	5,823	0,000
X ₄	0,181	0,203	4,320	0,000

a. *Dependent Variable: Y*

Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda pada Tabel 4.9, maka didapat hasil persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

$$Y = 4,353 + 0,341X_1 + 0,099X_2 + 0,215X_3 + 0,181X_4 + \epsilon$$

Analisis Koefisien Determinasi

Pada penelitian ini menggunakan nilai dari *Adjusted R Square* karena dianjurkan digunakan pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2011). Diperoleh hasil bahwa koefisien determinasi sebesar 0,674. Hal ini menunjukkan bahwa 67,4% variabel minat berwirausaha dipengaruhi oleh variabel pendidikan kewirausahaan,

penggunaan sosial media, *love of money*, dan *self efficacy*, sedangkan 32,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menentukan analisis pengaruh pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money*, dan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha secara parsial, dimana dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas pada uji t. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka berdaharkan hasil uji t seluruh hipotesis diterima, dimana nilai signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 dan seluruh hipotesis yang diajukan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa koefisien regresi pendidikan kewirausahaan sebesar 0,341 yang berarti bahwa apabila terdapat penambahan pendidikan kewirausahaan sebesar 1 satuan, maka minat berwirausaha akan meningkatkan sebesar 0,341 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan mempunyai nilai signifikansi uji t sebesar 0,000. Nilai signifikansi untuk variabel pendidikan kewirausahaan lebih kecil daripada nilai probabilitas $\alpha = 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian hipotesis pertama (H_1), yaitu pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dapat diterima.

Terkait hasil statistik tersebut, ditemukan kesesuaian dengan fakta lapangan yang mana banyak mahasiswa yang menyebutkan alasan mereka saat ini sudah memiliki minat dalam berwirausaha dikarenakan pemahamannya mengenai kewirausahaan yang membuat mereka tertarik untuk terjun dalam dunia wirausaha, sehingga dapat dilihat bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang pada minat berwirausaha mahasiswa.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa sesuai dengan konsepnya pada teori ini yaitu norma subjektif mengacu pada tekanan sosial yang muncul untuk melakukan ataupun tidak melakukan hal tersebut. Sehingga dengan pemahaman kewirausahaan mahasiswa dapat mendorong munculnya minat mahasiswa dalam berwirausaha. Pada umumnya mahasiswa yang memiliki pengetahuan kewirausahaan akan lebih tertarik untuk terjun langsung dalam berwirausaha. Sebaliknya jika mahasiswa tidak memiliki pengetahuan mengenai kewirausahaan maka minat mahasiswa untuk terjun langsung dalam bidang tersebut cenderung tidak memiliki minat ataupun kurang memiliki minat. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan dapat dikaitkan dengan teori atribusi yang merupakan faktor eksternal dalam memunculkan minat berwirausaha.

Kajian empiris yang turut mendukung temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yanti (2019), Permatasari (2016) dan Cahyaningrum & Susanti (2021) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa dalam perkuliahan mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha dan akan menciptakan motivasi dalam diri mahasiswa untuk berhasil dalam bidang tersebut.

Pengaruh Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa koefisien regresi penggunaan sosial media sebesar 0,099 yang berarti bahwa apabila terdapat penambahan penggunaan sosial media sebesar 1 satuan, maka minat berwirausaha akan meningkatkan sebesar 0,099 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel penggunaan sosial media berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel penggunaan sosial media mempunyai nilai signifikansi uji t sebesar 0,007. Nilai signifikansi untuk variabel penggunaan sosial media lebih kecil daripada nilai probabilitas $\alpha = 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel penggunaan sosial media berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha.

Dengan demikian hipotesis kedua (H_2), yaitu penggunaan sosial media berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dapat diterima. Variabel penggunaan sosial media memiliki *Standardized Coefficients Beta* paling besar di antara variabel bebas lainnya, yaitu sebesar 0,292. Jadi, penggunaan sosial media (X_2) adalah variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi minat berwirausaha.

Terkait hasil statistik tersebut, telah dilakukan survey dikalangan mahasiswa untuk mengetahui apa yang menjadi faktor pendorong mahasiswa mampu menjalankan kegiatan wirausahanya selagi menempuh perkuliahan. Sehingga ditemukan bahwa banyak mahasiswa yang menjalankan bisnis online yaitu dengan memanfaatkan penggunaan social media dalam usahanya. Dengan demikian ditemukan kesesuaian hasil penelitian ini dengan fakta dilapangan bahwasannya social media memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan teori atribusi, dimana penggunaan social media ini dapat menjadi faktor pendorong dan menjadi pertimbangan bagi mahasiswa untuk mulai berwirausaha ataupun tidak. Karena pemanfaatan social media yang saat ini banyak digunakan untuk menunjang bisnis baik dalam bisnis online maupun dalam pemasaran produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu Alfaruk (2016), Hasanah & Khasan (2019), Paulina (2021) dan Hidayati (2021) juga menyatakan bahwa penggunaan social media yang marak saat ini dapat mendorong minat mahasiswa dalam berwirausaha salah satunya dengan menjalankan bisnis *online*.

Pengaruh *Love of Money* terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa koefisien regresi *love of money* sebesar 0,215 yang berarti bahwa apabila terdapat penambahan *love of money* sebesar 1 satuan, maka minat berwirausaha akan meningkatkan sebesar 0,215 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *love of money* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel *love of money* mempunyai nilai signifikansi uji t sebesar 0,000. Nilai signifikansi untuk variabel *love of money* lebih kecil daripada nilai probabilitas $\alpha = 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *love of money* berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian hipotesis ketiga (H_3), yaitu *love of money* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dapat diterima.

Hal ini juga sesuai dengan fakta dilapangan dimana hampir seluruh mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha dikarenakan keinginannya untuk memperoleh uang. Apalagi dimasa pandemic covid-19 yang menyebabkan banyak orang tua dari mahasiswa kehilangan pekerjaan sehingga hal ini mendorong mahasiswa untuk mulai berwirausaha guna memperoleh uang tambahan dan meringankan beban orang tuanya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa motivasi yang muncul dalam diri dan berorientasi terhadap uang dapat menjadi pendorong untuk melakukan kegiatan wirausaha. Teori atribusi juga dapat dikaitkan dengan variable *love of money*. Hal tersebut disebabkan, karena faktor internal berupa kondisi psikologis seseorang merupakan penyebab internal yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam memunculkan minat berwirausaha. Motivasi dibutuhkan karena merupakan suatu komponen yang penting, mengingat motivasi meliputi kekuatan, arah dan ketekunan seseorang dalam usahanya untuk dapat meraih tujuan

Kajian empiris yang turut mendukung temuan penelitian ini adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Astungkara & Widayanti (2020), yang menyatakan bahwa sikap kecintaan terhadap uang yang dimiliki oleh seorang individu akan mempengaruhi minat dalam berwirausaha dan menggambarkan mengenai suatu pencapaian dan kepercayaan diri. Hasil yang sama juga diperoleh penelitian yang dilakukan oleh Hidayati (2021), yang menyatakan bahwa sikap kecintaan terhadap uang yang dimiliki oleh seorang individu akan mempengaruhi minat dalam berwirausaha dan menggambarkan mengenai suatu pencapaian dan kepercayaan diri. Senada dengan itu, penelitian Kristianti (2021) juga menyatakan bahwa sikap kecintaan terhadap uang yang dimiliki oleh seorang individu akan

mempengaruhi minat dalam berwirausaha dan menggambarkan mengenai suatu pencapaian dan kepercayaan diri.

Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa koefisien regresi *self efficacy* sebesar 0,181 yang berarti bahwa apabila terdapat penambahan *self efficacy* sebesar 1 satuan, maka minat berwirausaha akan meningkatkan sebesar 0,181 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *self efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel *self efficacy* mempunyai nilai signifikansi uji t sebesar 0,000. Nilai signifikansi untuk variabel *self efficacy* lebih kecil daripada nilai probabilitas $\alpha = 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *self efficacy* berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian hipotesis keempat (H_4), yaitu *self efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dapat diterima.

Hasil ini sesuai dengan fakta dilapangan yang mana banyak mahasiswa yang berani mengambil risiko dan percaya terhadap kemampuan dirinya sendiri untuk memulai berwirausaha dan memiliki keyakinan untuk mengatasi sulitnya mengembangkan kewirausahaan serta berusaha untuk melihat peluang yang ada. Sehingga dengan demikian *Self efficacy* memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha dikalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa norma subjektif dimana mengacu pada sebuah tekanan sosial yang muncul untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Oleh karena itu, mahasiswa yang memiliki keyakinan pada diri sendiri akan berhasil akan cenderung lebih berminat dalam berwirausaha, sedangkan mahasiswa yang tidak yakin pada diri sendiri sama sekali cenderung tidak berminat dalam berwirausaha. Teori atribusi juga dapat dikaitkan dengan efikasi diri. Hal tersebut disebabkan, *self efficacy* merupakan penyebab internal yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam memunculkan minat berwirausaha. Efikasi diri mengacu pada keyakinan individu bahwa dirinya mampu untuk melaksanakan tugas.

Studi empiris yang mendukung penelitian ini adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Permatasari (2016), yang menyatakan bahwa efikasi diri sangat berpengaruh dalam minat berwirausaha. Hasil yang sama juga diperoleh penelitian yang dilakukan oleh Yanti (2019), yang menyatakan bahwa efikasi diri sangat berpengaruh dalam minat berwirausaha. Senada dengan itu, penelitian Paulina (2021) juga menyatakan bahwa efikasi diri sangat berpengaruh dalam minat berwirausaha, karena dengan adanya keyakinan diri atas kemampuannya untuk berwirausaha sangatlah penting untuk mendorong seseorang yakin dalam memulai usaha.

4. Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik simpulan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi positif 0,341 dengan nilai signifikansi uji t 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Penggunaan sosial media berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi positif 0,099 dengan nilai signifikansi uji t 0,007 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. *Love of money* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi positif 0,215 dengan nilai signifikansi uji t 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. *Self efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi positif 0,181 dengan nilai signifikansi uji t 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Saran

Berdasarkan hasil, pembahasan, dan simpulan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut.

1. Merujuk pada hasil penelitian diperoleh variabel pendidikan kewirausahaan paling kuat mempengaruhi minat berwirausaha karena memiliki *Standardized Coefficients Beta*

paling besar di antara variabel bebas lainnya, yaitu sebesar 0,322. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan menjadi hal utama yang harus diperhatikan karena saat ini masih banyak mahasiswa yang tidak berminat atau belum memulai usaha karena masih bingung harus memulai dari mana dan tidak paham dengan tahapan berwirausaha. Melalui pendidikan kewirausahaan akan mendorong para pelajar dan mahasiswa agar memulai dan memahami bagaimana cara untuk membuka usaha baru atau berwirausaha. Dengan demikian, disarankan kepada Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana untuk melakukan pendalaman mata kuliah yang lebih berfokus kewirausahaan secara teori dan praktek. Hal ini dilakukan agar dapat memaksimalkan pendidikan kewirausahaan baik berupa pengetahuan maupun keterampilan. Hal ini harus diperhatikan dalam meningkatkan minat berwirausaha.

2. Hasil penelitian menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,674, artinya variabel minat berwirausaha dipengaruhi oleh variabel pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money*, dan *self efficacy* sebesar 67,4%, sedangkan sisanya 32,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Oleh karena masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha, maka bagi peneliti selanjutnya disarankan agar menambahkan variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah populasi penelitian, yaitu dengan menambah jumlah mahasiswa tidak hanya yang pada Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana saja, sehingga diperoleh hasil penelitian yang tingkat generalisasinya lebih tinggi.

Daftar Pustaka

- Agustina, W. Y. (2021). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pelajar Di Kota Tegal. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Alfaruk, M. H. (2016). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No.
- Astungkara, A., & Widayanti, R. (2020). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dan Love Of Money Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(2). <https://doi.org/10.29040/jap.v20i2.725>
- Cahyaningrum, A. F., & Susanti. (2021). Pengaruh Penggunaan Sosial Media , Pendidikan Kewirausahaan , Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Berwirausaha Online Pada Siswa SMK Negeri 1 Pangkalan Bun. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 104–118.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayati, A. (2021). Pengaruh Personal Attitude, Self Efficacy Dan Love Of Money Terhadap Minat Berwirauaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi (The Influence Of Personal Attitude, Self Efficacy And Love Of Money On Student Entrepreneurs). *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*.
- Inayati, F. E. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Sikap, Lingkungan Keluarga, dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha. In *Universitas Islam Indonesia*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/12662>
- Kristianti, M. A. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Literasi Keuangan, Lingkungan Keluarga Dan Love Of Money Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha. In *Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Nengseh, R. R. & K. (2021). Efikasi Diri Sebagai Mediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edunomic, Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 9(2), 156–167. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v9i2.5157>
- Paulina, S. (2021). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri, Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Stkip Pgri Bangkalan*. Skripsi

- Permatasari, A. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. In *Occupational Medicine* (Vol. 53, Issue 4). <https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Qoyyimah, S. (2016). Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan IPS Angkatan 2012 UIN Malang. *UIN Malang*, 152(3),28.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suharbayu, I. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Keberanian Menanggung Risiko dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri Angkatan Tahun 2014. *Simki-Economic*, 1(2).
- Sukmaningrum, S., & Rahardjo, M. (2017). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory of Planned Behavior. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(3), halaman 5. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. (2020). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 627. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i07.p03>
- Yanti, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Jl. Denai No*, 2(2), 20371. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3774>
- Zulianto, M., Sigit, S., & Hery, S. (2013). Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 59–60.