



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
SECARA ONLINE DENGAN INSTAGRAM PADA JURUSAN
PEMASARAN SMK PERGURUAN RAKYAT 1 SRENGSENG SAWAH
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Hanni Cintya Munardi

1502025117

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2019**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
SECARA ONLINE DENGAN INSTAGRAM PADA JURUSAN
PEMASARAN SMK PERGURUAN RAKYAT 1 SRENGSENG SAWAH
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Hanni Cintya Munardi

1502025117

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SECARA ONLINE DENGAN INSTAGRAM PADA JURUSAN PEMASARAN SMK PERGURUAN RAKYAT 1 SRENGSENG SAWAH”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia bertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 21 November 2019
Yang Menyatakan,



(Hanni Cintya Munardi)
NIM 1502025117

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SECARA ONLINE DENGAN INSTAGRAM PADA JURUSAN PEMASARAN SMK PERGURUAN RAKYAT 1 SRENGSENG SAWAH JAKARTA SELATAN

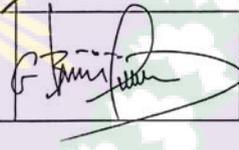
NAMA : HANNI CINTYA MUNARDI

NIM : 1502025117

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

TAHUN AKADEMIK : 2019-2020

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Sunarta, M.M	
Pembimbing II	Emiridial Ulza, SE., MA	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Hal :

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SECARA
ONLINE DENGAN INSTAGRAM PADA JURUSAN PEMASARAN
SMK PERGURUAN RAKYAT 1 SRENGSENG SAWAH
JAKARTA SELATAN**

Yang disusun oleh :
Hanni Cintya Munardi
1502025117

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA

Pada tanggal : 6 Desember 2019

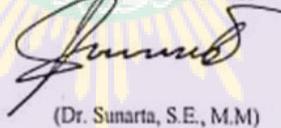
Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :



(Dr. Ir. H Yudi Nurhayadi)

Sekretaris merangkap anggota :



(Dr. Sunarta, S.E., M.M)

Anggota :

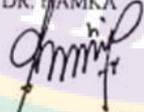


(Tuti Setyowati, S.E. MM)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M



Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hanni Cintya Munardi
NIM : 1502025117
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SECARA ONLINE DENGAN INSTAGRAM PADA JURUSAN PEMASARAN SMK PERGURUAN RAKYAT 1 SRENGSENG SAWAH JAKARTA SELATAN.”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 21 November 2019
Yang menyatakan


(Hanni Cintya Munardi)

ABSTRAK

Hanni Cintya Munardi (1502025117)

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SECARA ONLINE DENGAN INSTAGRAM PADA JURUSAN PEMASARAN SMK PERGURUAN RAKYAT 1 SRENGSENG SAWAH, JAKARTA SELATAN.

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Kata kunci : Media sosial, Pengetahuan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial dan simultan terhadap Minat Berwirausaha secara online dengan instagram pada jurusan pemasaran SMK Perguruan Rakyat 1, Srengseng Sawah. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pengumpulan data secara langsung, berupa penyebaran kuisioner yang diambil dari suatu sampel. Pengambilan sampling menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel uji coba sebanyak 30 sampel, dengan jumlah sampel keseluruhan sebanyak 93 responden. Berdasarkan dari hasil pengolahan data, model regresi linier berganda penelitian ini adalah $\hat{Y} = 49,712 + 0,278 X_1 + 0,906 X_2$ kemudian hasil pengolahan data uji t dapat dilihat Media Sosial diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 1,804 > t_{tabel} 1,987$, kemudian Pengaruh Kewirausahaan diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 5,086 > t_{tabel} 1,987$. Hasil uji f maka terdapat nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan nilai F_{hitung} sebesar $18,854 > F_{tabel}$ sebesar 3,10. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Media Sosial dan Pengaruh Kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha. Kemudian Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berwirausaha.

ABSTRACT

Hanni Cintya Munardi (1502025117)

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND ENTREPRENEURSHIP KNOWLEDGE ON ONLINE BUSINESS INTERESTS WITH INSTAGRAMS IN THE MARKETING DEPARTMENT OF VOCATIONAL SCHOOLS OF 1ST PRIVATE VOCATIONAL SCHOOL, SRENGSENG SAWAH, SOUTH JAKARTA.

Thesis. Undergraduate Program Management Study Program. Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Keywords: Social media, Entrepreneurship Knowledge, Entrepreneurial Interest

This study aims to determine the effect of Social Media, Entrepreneurial Knowledge partially and simultaneously on Entrepreneurial Interest online with Instagram in the marketing department of SMK Perguruan Rakyat 1, Srengseng Sawah. This study uses a survey method with direct data collection, in the form of distributing questionnaires taken from a sample. Sampling using a purposive sampling method with 30 sample trials, with a total sample of 93 respondents.

Based on the results of data processing, the multiple linear regression model of this study is $\hat{Y} = 49.712 + 0.278 X_1 + 0.906 X_2$ then the results of t-test data processing can be seen Social Media obtained a significant value of 0,000 <0.05 with a value of t count 1.804 > value t table 1.987, then the effect of Entrepreneurship obtained a significant value of 0,000 <0.05 with a t value of 5.086 > t table value of 1.987. The test results f then there is a significant value of 0,000 <0.05 with a calculated F value of 18.854 > F table of 3.10. Then it can be concluded that the variable Social Media and the Effect of Entrepreneurship partially influence Entrepreneurial Interest. Then Social Media and Entrepreneurship Knowledge simultaneously influence Entrepreneurial Interest.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu 'alaikum Warahmahtullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil 'alamin, Wa shallallahu wa sallam 'ala Nabiyyina Muhammadin, Wa 'ala alihi wa shahbihi ajma'in, Amma ba'du.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat Iman, Islam, serta Ikhsan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Secara Online dengan Instagram pada Jurusan Pemasaran SMK Perguruan Rakyat 1 Srengseng Sawah Jakarta Selatan.”**

Skripsi ini penulis sajikan dalam rangka memenuhi salah satu syarat di dalam menyelesaikan program Strata Satu untuk Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis melibatkan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil, maka penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Dr. Nuryadi Wijiharjono, SE, MM., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

4. Bapak Faisal Ridwan Zamzany, SE., MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jakarta.
5. Bapak Dr. Sunarta, M.M., selaku Dosen Pembimbing I Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jakarta.
6. Bapak Emiridial Ulza, SE., MA., selaku Dosen Pembimbing Dosen Pembimbing II Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jakarta.
7. Seluruh Keluarga Besar tercinta, Mamah Munanah dan Papah Sardi serta kakaku Syella Puspita Munardi, Mas Yulianto Agus dan adeku Muhammad Alwan syah Munardi yang selalu mendo'akan, membimbing, memberikan segala bentuk kasih sayang yang tidak dapat digantikan oleh apapun yang ada di dunia serta memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih juga kepada Dicky Setiawan, SE. yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, siap siaga dalam membantu untuk memenuhi semuanya.
9. Sahabat terdekat Inna Erfiana, SE , Ulfa Andisa, SH , Putri Hartanti, A.md Women Army Windi Fila M, Fira Septiani, S.Pd dan Fidia Diana P dan teman teman yang lainnya yang sellalu memberikan dorongan untuk menyelsaikan skripsi.

10. Kawan-kawan Social Entrepreneur yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.

11. Semua orang – orang terdekat saya yang tidak bisa saya lupakan jasanya untuk membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini.

12. Semua rekan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA angkatan 2015 yang telah membantu saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang berguna untuk perbaikan proposal skripsi ini. Penulis berharap semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pihak yang membutuhkan pada umumnya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 29 November 2019

Penulis


Hanni Cintya M

UHAMKA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPETINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAKSI/INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Permasalahan	15
1.2.1 Identifikasi Masalah	15
1.2.2 Pembatasan Masalah	16
1.2.3 Perumusan Masalah	16
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	18
2.2 Telaah Pustaka	25
2.2.1 Minat Berwirausaha	25
2.2.1.1 Pengertian Minat berwirausaha	25
2.2.1.2 Ciri-ciri dan Karakteristik Wirausaha	27
2.2.1.3 Dimensi Minat Berwirausaha	31
2.2.1.4 Indikator Minat Berwirausahaan	31

2.2.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha.....	32
2.2.1.6 Minat Berwirausaha Secara Online dengan Media Sosial Instagram.....	34
2.2.2 Media Sosial	35
2.2.2.1 Pengertian Media Sosial	35
2.2.2.2 Karakteristik Media Sosial.....	37
2.2.2.3 Dimensi Media Sosial.....	37
2.2.2.4 Indikator Media Sosial	37
2.2.2.5 Jenis – jenis Media Sosial.....	38
2.2.3 Pengetahuan Kewirausahaan.....	40
2.2.3.1 Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan.....	40
2.2.3.2 Faktor-faktor Pendorong Keberhasilan Wirausaha.....	42
2.2.3.3 Dimensi Pengetahuan Kewirausahaan	42
2.2.3.4 Indikator Pengetahuan Kewirausahaan.....	43
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.3.1 Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha.....	44
2.3.2. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha.....	44
2.4 Rumusan Hipotesis	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	47
3.2. Operasionalisasi Variabel	48
3.3. Populasi dan Sampel.....	53
3.3.1 Populasi	53
3.3.2 Sampel.....	54
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian	56
3.4.2 Sumber Data	56
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	56
3.5 Teknik Pengelolaan Data dan Analisis Data	57

3.5.1 Teknik Pengelolaan.....	57
3.5.1.1 Uji Validitas.....	57
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	58
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	59
3.5.2.2 Uji Multiolinieritas	59
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	60
3.5.2.4 Uji Autokorelasi	60
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	61
3.5.4 Uji Hipotesis	63
3.5.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	63
3.5.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	64
3.5.5 Analisis Koefisien Korelasi.....	65
3.5.6 Analsi Koefisien Deteminasi.....	67

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.1.1 Lokasi Penelitian.....	68
4.1.2 Sejarah Singkat SMK Perguruan Rakyat 1	68
4.1.3 Visi dan Misi SMK Perguruan Rakyat 1	69
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan.....	70
4.2.1 Identitas Responden	70
4.2.2 Analisis Per Variabel	72
4.2.2.1 Media Sosial (X_1).....	73
4.2.2.2 Pengetahuan Kewirausahaan (X_2)	80
4.2.1.3 Minat Berwirausaha (Y).....	85
4.2.3 Uji Validitas Data dan Reliabilitas Data	99
4.2.3.1 Uji Validitas Kuisisioner	99
4.2.3.2 Uji Reliabilitas Kuisisioner.....	102
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	102
4.2.4.2 Uji Normalitas	102
4.2.4.2 Uji Multikolinieritas.....	104

4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas	105
4.2.4.4 Uji Autokorelasi	106
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	107
4.2.6 Uji Hipotesis	109
4.2.6.1 Uji Statistika t	109
4.2.6.2 Uji Statistik F	111
4.2.7 Analisis Koefisien Korelasi	112
4.2.7.1 Koefisien Korelasi Parsial	112
4.2.7.2 Koefisien Korelasi Berganda	113
4.2.8 Analisis Statistik Deskriptif	114
4.2.9 Analisis Koefisien Determinasi	115
4.3 Interpretasi	116
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	119
5.2. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	125
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

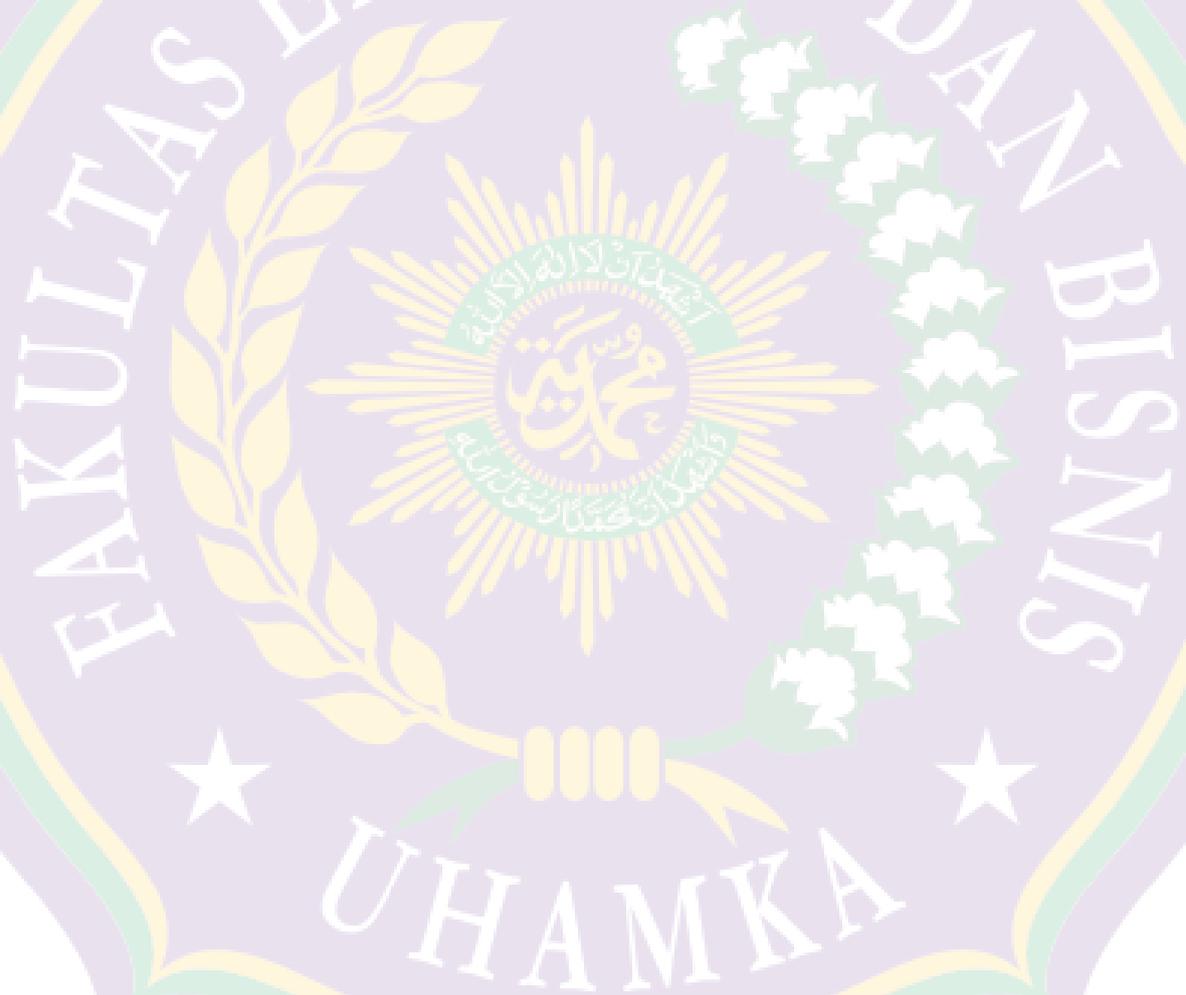
DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	21
2.	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	49
3.	Jumlah Siswa Jurusan Pemasaran	54
4.	Populasi dan Sampel	56
5.	Bobot Nilai Penggunaan Skala <i>Likert</i>	57
6.	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	61
7.	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier	67
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	72
11.	Media sosial sangat mempengaruhi usaha saya	73
12.	Media sosial memberikan hasil yang baik bagi usaha saya	74
13.	Dengan media sosial saya dapat berkomunikasi secara dua arah Dengan konsumen.....	74
14.	Pembeli dapat memilih, berkomentar dan memberikan informasi Terhadap usaha saya	75
15.	Saya dapat berkomunikasi terhadap pembeli dengan mudah	76
16.	Saya bisa memperluas usaha ke orang banyak	76
17.	Media sosial memberikan peluang untuk bertemunya suatu Komunitas	77
18.	Saya berkomunikasi secara efektif dalam berbisnis di media sosial	77
19.	Media sosial menghubungkan usaha saya dengan pembeli	78
20.	Media sosial memberikan informasi secara jelas mengenai situs bisnis saya	78
21.	Indikator Media Sosial (X1)	79
22.	Saya memiliki pengetahuan yang baik dalam menyusun proposal Usaha.....	80
23.	Saya mampu menganalisis peluang usaha	81
24.	Saya memiliki sikap pantang menyerah dan ulet.....	81
25.	Saya selalu menjaga sikap dalam mengelola usaha	82
26.	Saya mengenal dengan baik kepribadian saya sendiri	82
27.	Saya dapat mengatur prilaku usaha diri saya sendiri	83
28.	Saya paham bagaimana merencanakan suatu usaha	84
29.	Saya mampu menyelesaikan sebuah konflik dalam usaha saya.....	84
30.	Indikator Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	85

31. Saya merasa lebih dihargai jika menjadi pengusaha.....	86
32. Saya lebih percaya diri jika memiliki usaha sendiri	86
33. Memiliki usaha sendiri membuat saya bangga	87
34. Saya senang mencobahal baru	87
35. Saya menyukai sesuatu yang bisa membuat saya lebih maju	88
36. Saya yakin jika orang lain bisa melakukan sesuatu, saya juga mampu melakukannya	88
37. Saya ingin memiliki usaha yang saya dirikan sendiri	89
38. Saya lebih suka mengatur usaha saya sendiri	90
39. Saya ingin mengembangkan usaha saya	90
40. Saya senang dengan hal-hal yang kreatif.....	91
41. Saya ingin membuat produk/jasa yang berbedadari yang lain.....	91
42. Saya senang melakukan percobaan agar usaha saya lebih maju.....	92
43. Saya senang berbicara dan bertemu dengan orang banyak.....	92
44. Saya berkeinginan menjadi ketua dalam suatu tim.....	93
45. Saya ingin lebih unggul dari orang lain	93
46. Saya tidak suka terikat dengan akan sesuatu.....	94
47. Saya tidak menyukai hal hal yang bersifat teratur	94
48. Saya tidak suka dengan pekerjaan yang waktunya mengikat	95
49. Saya senang mengelola keuangan saya sendiri	96
50. Saya ingin merasa kekayaan atas usaha sendiri	96
51. Saya ingin usaha saya berkembang pesat.....	97
52. Indikator Minat Berwiusaha (Y)	97
53. Uji Validitas Variabel X ₁ (Media Sosial).....	100
54. Uji Validitas Variabel X ₂ (Pengetahuan Kewirausahaan).....	100
55. Uji Validitas Variabel Y(Minat Berwirausaha)	101
56. Hasil Uji Reliabilitas	102
57. Uji Normalitas	103
58. Uji Multikolinieritas.....	105
59. Uji Autokorelasi	107
60. Regresi Linier Berganda	108
61. Uji Statistik t	110
62. Uji Statistik F	111
63. Koefisien Korelasi.....	112
64. Koefisien Korelasi Parsial.....	113
65. Koefisien Korelasi Berganda	114
66. Hasil Statistik Deskriptif	114
67. Analisis Koefisien Determinasi	115

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Perkembangan Instagram Tahun 2017	5
2.	Penggunaan Instagram Berdasarkan Umur	6
3.	Kerangka Pemikiran Teoritis	45
4.	<i>Normal P-Plot of Regression Standarized Residual Normal P-Plot of Regression Standarized Residual</i>	104
5.	<i>Uji Heteroskedasitas</i>	106



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendidikan memainkan peranan yang sangat penting dalam mempersiapkan generasi penerus bangsa yang berkualitas serta berdaya saing guna menghadapi berbagai tantangan dari perkembangan zaman. Dalam penyelenggaraannya, jenjang pendidikan terbagi ke dalam pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Jenjang pendidikan menengah terdiri dari pendidikan umum, pendidikan kejuruan, pendidikan luar biasa, pendidikan agama dan pendidikan kedinasan. Menurut Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional tahun 2003 Pasal 15, tentang pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu. Selain dipersiapkan untuk bekerja, lulusan SMK diharapkan mampu berwirausaha dan membuka lapangan kerja sendiri, mengingat jumlah lapangan pekerjaan tidak sebanyak jumlah pencari kerja.

Suryana (2003:1) “kewirausahaan yaitu kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menjadi sukses”.Khasmirm merupakan (2006:67) mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang berbeda dan baru.Dapat disimpulkan dari sumber diatas kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang harus dimiliki seseorang agar menghasilkan sesuatu yang baru.

Menurut Saiman (2009:22) Pengangguran terjadi karena jumlah penawaran kesempatan kerja baik yang disediakan oleh pemerintah maupun swasta tidak sebanding dengan jumlah tenaga kerja yang ada. Jalan satu satunya untuk mengatasi masalah tersebut adalah siswa dibekali dengan keterampilan berwirausaha. Mereka yang mempunyai keterampilan berwirausaha setelah lulus sekolah atau kuliah maupun berenti sekolah atau kuliah ditengah jalan tetap memperoleh penghasilan dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan yang diharapkan tanpa harus mengandalkan untuk menjadi karyawan di suatu perusahaan. Untuk membekali siswa dengan keterampilan berwirausaha, hendaknya didahului dengan menumbuhkan minat berwirausaha dalam diri siswa agar siswa termotivasi untuk membekali diri dengan keterampilan berwirausaha. Minat berwirausaha penting untuk ditumbuhkan sejak dini dalam diri setiap siswa, guna mempersiapkan siswa menghadapi berbagai kemungkinan yang akan terjadi ketika lulus kelak, misalnya tidak tertampung dalam lapangan kerja formal maupun tidak adanya kesempatan kerja.

Langkah pertama untuk berwirausaha adalah dengan menumbuhkan minat berwirausaha. Hal tersebut dapat dilakukan mulai saat masih menjadi pelajar. Apalagi sebagai pelajar sedikit memahami tentang dasar kewirausahaan ataupun pengetahuan lainnya yang menunjang untuk berwirausaha. Berwirausaha sendiri tidak ditentukan oleh siapa dan kapan akan dilakukan. Jika banyak pelajar yang memiliki minat untuk berwirausaha.

Menurut Djaali (2013 : 121) menyatakan bahwa Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.

Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, maka orang tersebut cenderung memberi perhatian besar terhadap obyek tersebut.

Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya, dan mengambil tindakan yang tetap guna memastikan kesuksesan (Tando, 2013:5).

Minat berwirausaha menurut Sutanto (dalam Sifa, 2016:277) minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menciptakan usaha baru tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan dalam berwirausaha. Menurut Basrowi (2016:34) minat berwirausaha adalah perubahan sikap dan pandangan generasi muda calon intelektual bangsa kita dan perubahan sikap orang tua yang menyenangkan dan mengizinkan putra-putrinya untuk terjun membawa manusia pada hal-hal yang dianggap tidak perlu menjadi hal yang bermanfaat dalam dirinya karena timbulnya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa membebani orang lain.

Dapat disimpulkan dari sumber diatas minat berwirausaha yaitu suatu perasaan suka atau tertarik yang mendorong seseorang untuk mempelajarinya atau berkeinginan untuk terlibat dalam suatu objek tertentu disertai dengan tujuan yang ingin dicapai tanpa adanya suatu paksaan.

Namun untuk menumbuhkan minat berwirausaha tidaklah mudah seperti apa yang kita bayangkan harus memiliki keinginan, keberanian, modal, tanggung jawab

serta kreatifitas dan inovatif. Untuk mencapai hasil yang kita inginkan tidaklah mudah, pasti akan ada waktu disaat kita melakukan penjualan yang menurun dan tidak laku itulah disaat minat berwirausaha kita menjadi hilang dan tidak ingin lagi berwirausaha.

Menurut Nasrulla dalam buku Media Sosial (2016: 11) bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, karna itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Menurut Ardianto dalam Setya Wati (2011:73) mengungkapkan, bahwa media sosial *online* disebut juga jejaring sosial *online* bukan media masa *online*, karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Dapat disimpulkan dari sumber diatas media sosial merupakan media untuk berinteraksi kepada orang banyak melalui media masa *online* tanpa harus bertemu langsung dengan pengguna yang lainnya.

Media sosial yang paling sering digunakan saat ini adalah instagram dimana masyarakat mengaksesnya untuk sekedar berbagi aktivitas sehari-hari atau menyebarkan pesan dalam bentuk unggahan foto maupun video. Pesan yang diunggah tersebut biasanya tersebar secara cepat kesegala penjuru dunia dan diterima oleh beragam kalangan dari anak-anak hingga orang dewasa.



Gambar 1
Perkembangan Instagram Tahun 2017 (diolah)

Berdasarkan data diatas, Penggunaan media sosial Instagram pada tahun 2017 secara menyeluruh adanya 700 juta pengguna, setiap harinya mereka menggunakan instagram rata rata 30 menit dan 1 juta akun dibuat setiap harinya, setiap harinya ada 800 juta foto yang diunggah oleh pengguna instagram.

Hal ini berarti saat ini instagram adalah salah satu penggunaan media sosial yang paling efektif. Dengan kondisi tersebut, maka peluang untuk berwirausaha secara *online* semakin terbuka lebar. Penggunaan media social yang paling efektif seperti instagram dapat menjadi faktor pendukung kegiatan dengan berwirausaha secara *online*. Banyaknya jumlah penggunaan saat ini dan intensitas penggunaan yang tinggi adalah kelebihan yang paling utama dari instagram. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi internet yang dapat menyebabkan terjadinya kemudahan penggunaan sistem dalam berinteraksi secara *online*. Instagram juga data dimanfaatkan sebagai media pemasaran ataupun penjualan langsung. Pesan yang diunggah pada instagram baik berupa foto ataupun video dapat tersebar secara cepat

kesegala penjur. Hal ini sangat menguntungkan dalam proses pemasaran dan dapat mempercepat proses penjualan.

Salah satu kelebihan lain dari instagram adalah penggunaanya tidak dibatasi pada usia dan gender. Semua orang bisa menggunakan instagram secara bebas ,Dengan begitu seseorang menjadi berminat berwirausaha secara *online* dan dapat menciptakan usaha baru dengan ide yang sangat kreatif dan inovatif, sehingga semua pengguna Instagram dapat menjangkaunya.



Gambar 2
Penggunaan Instagram Berdasarkan Umur (diolah)

Berdasarkan hasil *survey* tersebut, penggunaan Instagram paling banyak adalah penggunaan yang berusia 18-24 tahun sebesar 36% yang disini berarti penggunaan instagram digunakan dari seseorang lulus Sekolah Menengah Atas hingga Kuliah maupun yang sedang baru memulai kerja atau masa remaja, lalu yang berusia 25-35 tahun sebesar 30% yaitu masa masa para pekerja yang menggunakannya maupun ibu yang masih muda atau orang dewasa. Maka dapat

dikatakan bahwa penggunaan Instagram yang paling dominan adalah kalangan anak muda ataupun anak remaja.

Akan tetapi penggunaan media sosial seperti Instagram tidaklah selalu berjalan dengan baik, ada juga hambatan atau kendala yang di alaminya seperti gangguan pada internet ataupun penyalah gunaan pada foto dan video, yang diunggah oleh orang lain dan dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi seperti mengambil foto dan video milik orang lain. Seperti hal yang lain ada sebuah toko online menjual pakaian dengan hasil memfoto atau video sendiri tapi dengan mudahnya orang lain mengambil dan mengunggah kembali yang seakan akan itu adalah hasil foto dan video yang mereka lakukan sendiri.

Dalam kondisi ini maka para pelajar bisa memanfaatkan kondisi tersebut untuk menumbuhkan minat berwirausaha dengan menggunakan media sosial yaitu Instagram. Dengan adanya peluang bisnis yang didukung kondisi kemajuan teknologi saat ini dan dengan dimilikinya pengetahuan dasar mengenai kewirausahaan diduga dapat membuat seseorang memiliki rasa ketertarikan untuk berwirausaha atau menumbuhkan minat berwirausaha.

Pengetahuan kewirausahaan mendukung nilai nilai wirausaha terutama bagi para pelajar, sehingga diharapkan dapat menumbuhkan jiwa usaha untuk berwirausaha. Pengetahuan Kewirausahaan merupakan intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha (Menurut Hendrawan dan Sirine, 2017).

Untuk memperkuat penelitian ini, penulis merujuk beberapa penelitian-penelitian terdahulu. Calvin, et. All (2018) dengan judul penelitian "*Impact of Social Media On Entrepreneurship Development Among Users In Zamfara State*" Hasilnya menunjukkan bahwa media sosial berdampak signifikan pada minat berwirausaha dikalangan pengguna dinegara bagian Zamfara, Nigeria.

Alayis, et. All (2018) Dengan judul penelitian "*Impact of Social Networking Sites Use on Entrepreneurial Intention Among Undergraduate Business Students: The Case of Sadiya Arabia*". Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan media jejaring sosial berdampak signifikan terhadap minat berwirausaha siswa dipengaruhi oleh penggunaan SNS (Social Network Sites) dan pemahaman situs ini sebagai alat dan platform untuk berlatih dan meluncurkan kegiatan kewirausahaan.

Zafar, et. All (2017) Dengan judul penelitian "*A Study on Impact Of Social Media On Entrepreneurship Growth : A Case Of Lahore, Pakistan*". Penelitian Hasilnya menunjukkan bahwa variabel media sosial terbukti tidak signifikan pada sebagian besar wirausahawan dan mereka tidak begitu sadar tentang pentingnya media sosial dengan masih mengerjakan gaya ortodoks.

Ching and Kitahara (2017) Dengan judul penelitian "*Impact of the Exposure to Entrepreneurship Education on Students Entrepreneurial Intentions: A Case – Based Study of the Higher Education in Brazil*". Hasilnya menunjukkan bahwa pengetahuan berwirausaha terbukti mempengaruhi dan positif terhadap minat wirausaha siswa.

Ambrose Jagongo (2016) Dengan judul penelitian "*The Social Media and Entrepreneurship Growth: A New Business Communication Paradigm among SMEs in Nairobi*". Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar UKM di Nairobi

belum sepenuhnya memahami dan menginternalisasi potensi media sosial untuk bisnis mereka. Mereka yang menggunakan media sosial tidak secara optimal memanfaatkan alat media sosial seperti yang mereka gunakan hanya beberapa alat yang dipilih karena keterbatasan yang berasal dari kemampuan teknis dan infrastruktur.

Hutasuhut S (2018) Dengan judul penelitian "*The Roles of Entrepreneurship Knowledge, Self- Efficacy, Family, Education, and Gender on Etrepreneurial Intention*" Hasilnya menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, kemajuan diri , dan faktor keluarga masing-masing memiliki dampak signifikan terhadap minat wirausaha siswa. Variabel latar belakang pendidikan pengetahuan kewirausahaan tidak mempengaruhi minat kewirausahaan

Tosifyan M, Tosifyan S (2017) Dengan judul penelitian "*A Research on the effect of social media on tendency to entrepreneurship and business establishment (Case Study: Active Iranian Entrepreneurs in Social Media)*" Hasilnya menunjukkan bahwa peran media sosial dalam pendirian bisnis telah dipelajari sebagai platform paling penting dan tercepat untuk produksi dan penyebaran informasi maka itu media sosial berdampak positif dan sangat signifikan terhadap minat berwirausaha.

Levie J,et.All(2016) Dengan judul penelitian "*Impact of Social media on Entrepreneurial Intentions and Actions*". Hasilnya menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap tindakan dan kewirausahaan karena populasi penelitian ini yaitu penduduk inggris mengalami peningkatan besar dalam berwirausaha dimedia sosial.

Rosyid Y.K (2019) Dengan judul "*The Effect of using Social Media to Enterpreneurial Interest in Airlangga University Students : Case in Management*

Students at Faculty of Economic and Business“Hasilnya menunjukkan bahwa Ada pengaruh positif menggunakan media sosial untuk minat berwirausaha pada mahasiswa Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga.

Hala W Hatta (2016) Dengan judul penelitian *“Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt”* Hasilnya menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha.

S Kalyoncuoglu (2017) Dengan judul penelitian *“The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: An Experimental Study on Undergraduate Business Students”* Hasilnya menunjukkan bahwa studi ini secara ilmiah menegaskan hal itu minat kewirausahaan dapat ditingkatkan melalui pendidikan dan pendidikan kewirausahaan dapat memainkan peran positif dalam membawa pengusaha baru ke perekonomian,

Dr Malebana MJ (2017) Dengan judul penelitian *“The Effect of Knowledge of Entrepreneurial Support on Entrepreneurial Intention”* Hasilnya menunjukkan bahwa pengetahuan tentang dukungan wirausaha secara statistik signifikan terkait dengan niat memulai bisnis. Hubungan yang signifikan secara statistik juga ditemukan antara pengetahuan wirausaha tentang dukungan dari minat wirausaha.

Dorcias O.F (2016) Dengan judul penelitian *“The Effect of Social media Network on Women Entrepreneurs in Nigeria: A Case Study of Ado- Ekiti Small Scale Enterprise”* Hasilnya menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan pengetahuan wirausaha terhadap pengembangan ekonomi dan minat berwirausaha.

Roxas B (2016) Dengan judul penelitian *“Effects of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intentions: A longitudinal study of selected South-east Asian business students”* Hasilnya menunjukkan bahwa hasilnya signifikan pengetahuan kewirausahaan untuk menumbuhkan kepercayaan diri siswa dan kecenderungan sikap untuk terlibat dalam minat berwirausaha.

Kakish I (2018) dengan judul penelitian *“the impact of using social networking sites on the success of entrepreneurial interest projects”* Hasilnya menunjukkan bahwa Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa jejaring media sosial signifikan dengan minat berwirausaha.

Galih Noviantoro (2017) dengan judul penelitian *“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta“* Hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan Muhammad Hasym Alfaruk (2016) dengan judul penelitian *“Pengaruh Pemanfaatan Social Media, Motivasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo”* Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Penelitian yang dilakukan Sanchaya J.H dan Sirine H (2017) dengan judul *“Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat*

Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)“ Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh utama dalam membangun minat berwirausaha mahasiswa yaitu pengetahuan tentang kewirausahaan yang harus dimiliki mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan Gusti Leni Afriani (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Metode Guru dalam Mengajar, Jiwa Kewirausahaan, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Akuntansi SMK Negeri 1 Depok“ Hasilnya menunjukkan bahwa jika nilai Penggunaan Media Sosial meningkat 1 poin maka nilai Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Akuntansi SMK Negeri 1 Depok Tahun Ajaran 2014/2015 (Y) akan meningkat sebesar 0,435. Nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* ($0,000 < 0,05$) dan nilai sebesar 3,655 lebih besar dari sebesar 1,661 pada taraf signifikan 5% yang berarti pengaruhnya signifikan.

Penelitian yang dilakukan Dede Kurnia, Kusnaedi dan Chairul Furqon (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Wirausaha” Hasilnya menunjukkan bahwa idealnya SMK senantiasa menanamkan pengetahuan kewirausahaan yang mendalam agar siswa semakin tertarik dan terhadap aktivitas berminat berwirausaha.

Dari 20 jurnal rujukan yang dijadikan sebagai referensi penulis terdapat 18 jurnal yang menyatakan media sosial dan pengaruh kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dan 2 jurnal yang tidak signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa media sosial dan pengaruh kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Minat berwirausaha merupakan diri untuk menciptakan suatu hal yang baru, tapi tidaklah muda dan tidak semua orang memiliki rasa minat berwirausaha. Sebuah sekolah yang diharapkan menghasilkan siswa yang memiliki minat berwirausaha ternyata jauh dari kenyataan yang ada. Sangat jarang siswa yang ingin melanjutkan berwirausaha melainkan ingin langsung bekerja dengan orang lain, karena bakat yang dimiliki sangat rendah. Setiap tahunnya minat berwirausaha disekolah ini terus menurun yang mengakibatkan siswa memilih menjadi karyawan dibandingkan berwirausaha. Seperti yang dilakukan para wirausaha media sosial adalah media yang sangat berpengaruh dalam melakukan kegiatan usaha, akan tetapi banyak dari siswa hanya menggunakan media sosial untuk hal yang tidak terlalu penting, mereka belum bisa memanfaatkan media sosial seperti instagram dengan baik seperti digunakan untuk berjualan secara online yang bisa menghasilkan pendapatan, siswa bisa menggunakan media sosial instagram dengan cara berjualan dan bisa bebas menggunakan waktunya tanpa terikat, akan tetapi tidaklah muda bagi siswa yang belum mengerti untuk menggunakannya secara bermanfaat.

Berjualan secara online juga butuh ketekunan dan keuletan untuk terus menginformasikan usaha yang dimiliki agar diketahui oleh orang banyak. Pengetahuan kewirausahaan juga sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha, jika mereka tidak mengetahui tentang pengetahuan kewirausahaan secara dasar maka seseorang siswa tidak memiliki intelektual yang diperoleh nantinya, mereka yang seharusnya bisa membantu individu melakukan kreatifitas dan inovasi, akan tetapi pada kenyataannya siswa disekolahnya tidak diajarkan pentingnya pengetahuan tentang kewirausahaan membuat siswa menjadi tidak mengetahui

arahan yang akan dilakukan untuk selanjutnya. Seharusnya sekolah menerapkan kegiatan dan harus mengajarkan secara optimal sehingga siswa mempunyai arahan untuk kejenjang yang selanjutnya.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan pendidikan pada jenjang menengah yang mengutamakan pengembangan keterampilan siswa untuk melanjutkan ke dunia yang lebih luas seperti bekerja maupun melanjutkan pendidikannya ke jenjang Perkuliahan. Keterampilan yang dimiliki merupakan hasil dari pembelajaran di sekolah maupun *study tour* ketempat industri. Mengutamakan penyiapan siswa untuk memasuki lapangan kerja serta mengembangkan sikap profesional.

Sekolah Menengah Kejuruan Perguruan Rakyat 1 srengseng sawah, Jakarta Selatan. Sekolah ini seharusnya memfokuskan suatu kegiatan wirausaha pada jurusan pemasaran agar keahlian dan keterampilan siswa menjadi terlatih dan bisa dikembangkan seperti sekolah menyediakan suatu tempat atau kegiatan bazar khusus jurusan pemasaran agar siswa bisa mengembangkan produk atau usaha yang dimilikinya, sehingga siswa akan merasa terdorong minatnya untuk menekuni kegiatan yang sekolah lakukan. Sekolah juga harus mengembangkan kegiatan usaha yang kreatif dan inovatif agar siswa semakin berkeinginan untuk berwirausaha dibandingkan mencari pekerjaan kepada orang lain. Program berwirausaha yang diberikan siswa untuk membekali lulusan SMK agar menjadi mandiri atau berusaha sendiri. Dengan demikian kelak siswa mempunyai bekal, ilmu dan minat serta jiwa kewirausahaan yang tinggi. Permasalahan yang dilakukan oleh siswa harus lebih dipedulikan oleh sekolah agar sekolah bisa lebih berkembang sehingga bisa berhasil dalam menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penulis ingin mengetahui apakah variabel media sosial dan pengetahuan kewirausahaan yang ada pada diri siswa akan berpengaruh kepada minat mereka dalam berwirausaha. Oleh karena itu, penulis mengambil judul tentang **“Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Secara Online dengan Instagram”** (Studi Kasus pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Perguruan Rakyat 1 Srengseng Sawah, Jakarta Selatan).

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Media Sosial memiliki pengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Perguruan Rakyat 1 ?
2. Apakah Pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Perguruan Rakyat 1 ?
3. Apakah Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Perguruan Rakyat 1 ?
4. Bagaimanakah Media Sosial pada Siswa SMK Perguruan Rakyat 1 ?
5. Bagaimanakah Pengetahuan Kewirausahaan pada Siswa SMK Perguruan Rakyat 1 ?
6. Bagaimanakah Minat Berwirausaha pada Siswa SMK Perguruan Rakyat 1 ?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian agar masalah yang diteliti memiliki ruang lingkup yang jelas dan terarah, maka penulis memberikan beberapa batasan masalah yang dibahas, yaitu variabel terikat yang digunakan adalah Minat Berwirausaha. Selanjutnya variabel bebas yang digunakan adalah Media Sosial dan Pengaruh Kewirausahaan . Selain itu objek yang diteliti dalam permasalahan ini adalah Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Perguruan Rakyat 1 srengseng sawah, Jakarta Selatan .

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas yang sudah dijelaskan sebelumnya dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu “ Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Secara Online Dengan Instagram “.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian diatas maka tujuan yang ingin dicapai penulis untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Perguruan Rakyat 1
2. Untuk menganalisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Perguruan Rakyat 1
3. Untuk menganalisis Minat Berwirausaha pada Siswa di Sekolah Menengah Kejuruan Perguruan Rakyat 1.

4. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Perguruan Rakyat 1.

1.4 Manfaat penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, maka penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat bagi banyak pihak antara lain :

1. Bagi perguruan tinggi

Diharapkan dapat menjadi informasi dan masukan penting sebagai bahan penilaian sejauh mana Pendidikan Kewirausahaan dapat meningkatkan Minat Berwirausaha pada pelajar.

2. Bagi peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat menerapkan pengalaman dan ilmu yang telah didapat di bangku kuliah kedalam praktek, khususnya yang berhubungan dengan masalah penelitian tersebut.

3. Bagi pihak lain

Sekiranya dapat memberikan masukan sebagai bahan pustaka ataupun sebagai bahan referensi dan studi perbandingan untuk peneliti sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruk, M. H, (2017). *Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan* 4(2), 164-172.
- 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*.
- Anggrayni, R., Khosmas, F. Y., & Genjik. (2015). *Minat Berwirausaha Siswa XI SMKN 1 Sukadana Kabupaten Kayong .. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 7(7)
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asmoro, R. D. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik)*.
- Ching, H. Y., & Kitahara, J. R. (2017). *Impact of the exposure to entrepreneurship education on students' entrepreneurial intentions: A case-based study of the higher education in Brazil*. *Business and Management Studies*, 3(4), 85-93.

- Danang, S. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Ermawati, E., & Widodo, J. (2015). *Pengaruh Pengetahuan Wirausaha dan Kepercayaan Diri terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Negeri 2 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015*. *Economic Education Analysis Journal*, 4(3).
- Danang, S. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23*. Cetakan kedelapan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). *Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)*. *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(03), 291-314.
- Hendro, (2011). *Dasar - Dasar Kewirausahaan*, Erlangga, Jakarta
- Jagongo, A., & Kinyua, C. (2013). *The social media and entrepreneurship growth*. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(10), 213-227.
- Kurnia, D., Kusnendi, K., & Furqon, C. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Wirausaha Promosi: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 6(2).
- Kristina, D., & Hamidi, N. (2015). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Prestasi Praktik Kerja Industri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa.. Tata Arta: Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 1(3).
- Noviantoro, G. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Riduwan, E. A. K., & Achmad, E. (2012). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta. .

Rifai, I. A., & Sucihatiningsih, D. W. P. (2016). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Pelaksanaan Keiatan business Center Terhadap Minat Berwirausaha Siswa kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Negeri 2 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. Journal of Economic Education, 5(1), 39-51.*

Siswadi, Y. (2014). *Analisis faktor internal, faktor eksternal dan pembelajaran kewirausahaan yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 13(1)*

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

_____. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi.* Bandung : Alfabeta

Supardi. (2015). *Penilaian Autentik.* Jakarta: Raja Grafindo Persada

Uhar Suharsaputra. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.* Bandung: PT Refika Aditama.

Wulandari, S. (2013). *Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XII di SMK Negeri 1 Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 1(1).*

Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). *Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi), 1(1), 64-69*

Zafar, M., Shafiq, W., Kousar, S., Yousaf, H. Q., & Nasir, N. (2017). *Impact of social media on entrepreneurship growth: a case study of Lahore, Pakistan. International Journal of Engineering Science & Research Technology, 6(1), 387-394*