



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI
TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

SKRIPSI

Ghina Rosyidah

1402015073

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2020



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

SKRIPSI

Ghina Rosyidah

1402015073

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA”** 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 mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 21 Agustus 2020
Yang menyatakan



(Ghina Rosyidah)
NIM 1402015073

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP
MINAT BERWIRSAUSAHA PADA
MAHASISWA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PROF. DR. HAMKA

NAMA : GHINA ROSYIDAH

NIM : 1402015073

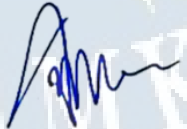
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

TAHUN AKADEMIK : 2020

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

Pembimbing I	Dr. Sunarta, SE., MM.	
Pembimbing II	Drs. Bambang Sumaryanto, MM.	

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


Dr. Adtiyo Ari Wibowo, S.E., M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Hal :


**PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

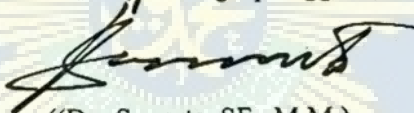
Yang disusun oleh :
Ghina Rosyidah
1402015073

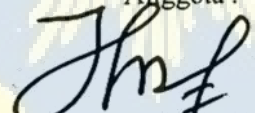
Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA
Pada tanggal 19 Desember 2020

Tim Penguji

Ketua, merangkap anggota :


(Dr., Andi Sessu, S.Pd., M.Si.)
Sekertaris, merangkap anggota :

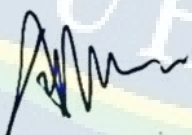

(Dr., Sunarta, SE., M.M.)
Anggota :


(Pahman Habibi, SE., 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


(Dr. Adityo Ari Wibowo, SE., M.M.)


(Zulpahmi, SE., M.Si)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

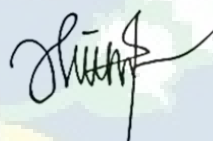
Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ghina Rosyidah
NIM : 1402015073
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-Fee Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA ”** 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 Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Desember 2020
Yang menyatakan


(Ghina Rosyidah)

ABSTRAK

Ghina Rosyidah (1402015073)

PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.

Kata Kunci: Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Minat Berwirausaha.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel yang diteliti, yakni antara Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha. Penelitian ini menggunakan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prof. DR. HAMKA yang berjumlah 160 mahasiswa. Teknik pemilihan sampel dilakukan dengan dengan *purposive sampling* maka didapat sampel berjumlah 114 orang sebagai responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala likert. Teknik pengolahan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji kualitas data, analisis linier berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Kemudian data diproses menggunakan analisis regresi linier berganda dengan diolah menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian dengan taraf signifikansi 5% menemukan bahwa: (1) Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Berwirausaha, (2) Motivasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Berwirausaha, dan (3) Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

ABSTRACT

Ghina Rosyidah (1402015073)

THE EFFECT OF CAREER DEVELOPMENT AND SELF EFFICACY ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN PT HUNTSMAN INDONESIA.

The Thesis of Degree Program. Management Study Program. Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.

Keywords: Utilization of Social Media, Motivation and Entrepreneurial Interest.

The purpose of this study was to determine the effect of each variable under study, namely the use of social media and motivation to entrepreneurial interest. This study used a survey method. The population in this study were Management Students, Faculty of Economics and Business, Prof. DR. HAMKA, amounting to 160 students. The sample selection technique was carried out by purposive sampling, so the sample obtained was 114 people as respondents. The data collection technique uses a questionnaire and its measurement uses a Likert scale. The data analysis processing technique used is descriptive analysis, data quality test, multiple linear analysis, classical assumption test, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing. Then the data was processed using multiple linear regression analysis and processed using SPSS 22. The results of the study with a significance level of 5% found that: (1) Use of Social Media has a positive and significant effect partially on Entrepreneurial Interest, (2) Motivation has a positive and significant effect partially on Entrepreneurial Interest, and (3) The use of Social Media and Motivation simultaneously has a significant effect on Entrepreneurial Interest.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas semua limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA” dengan sebaik- baiknya yang merupakan syarat untuk memenuhi ujian akhir (Skripsi).

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa tanpa bantuan, dukungan, bimbingan , kritik dan saran dari berbagai pihak, tugas skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan dan rasa terima kasih serta doa semoga Allah menambah kebaikan pada mereka khususnya kepada :

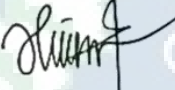
1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing II Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pro. DR. HAMKA.
4. Bapak Edi Setiawan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing sementara proposal skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Drs. Bambang Sumaryanto, M.M., selaku Dosen Pembimbing II Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

7. Dosen penguji skripsi, Bapak Dr., Sunarta SE, MM., Bapak Dr., Andi Sessu, S.Pd., M.Si., dan Bapak Pahman Habibi, SE., MM.
8. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orangtua Bapak Sugianto dan Ibu Hj.Rosmani serta adik tercinta Muhammad Fathoni Hafiz yang telah memberikan doa restu dan selalu menjadi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Nadya, Mustika, Anggita, Tiara, Revi, dan Rama yang senantiasa meluangkan waktu untuk menjadi pendukung setia segala kegiatan penulis.
11. Keluarga besar Yayasan Triguna 1956, Kepala Sekolah, serta sahabat sahabat guru yang selalu memberikan support dan doa doa baiknya.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 21 Agustus 2020


Penulis
(Ghina Rosyidah)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAKSI/INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Pembatasan Masalah	5
1.2.3 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Telaah Pustaka	17
2.2.1 Pengertian Minat	17
2.2.2 Pengertian Kewirausahaan	18
2.2.3 Pengertian Wirausaha	18
2.2.4 Pemanfaatan Media Sosial	20

2.2.4.1	<i>Pengertian Pemanfaatan Media Sosial</i>	20
2.2.4.2	<i>Dimensi Pemanfaatan Media Sosial</i>	20
2.2.4.3	<i>Indikator Pemanfaatan Media Sosial</i>	21
2.2.4.4	<i>Jenis-jenis Media Sosial</i>	22
2.2.4.5	<i>Karakteristik Media Sosial</i>	23
2.2.5	<i>Motivasi</i>	26
2.2.5.1	<i>Pengertian Motivasi</i>	26
2.2.5.2	<i>Dimensi Motivasi</i>	26
2.2.5.3	<i>Indikator Motivasi</i>	27
2.2.6	<i>Minat Berwirausaha</i>	29
2.2.6.1	<i>Pengertian Minat Berwirausaha</i>	29
2.2.6.2	<i>Dimensi Minat Berwirausaha</i>	29
2.2.6.3	<i>Indikator Minat Berwirausaha</i>	30
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	31
2.3.1	<i>Hubungan Antara Pemanfaatan Media Sosial dengan Minat Berwirausaha</i>	32
2.3.2	<i>Hubungan Antara Motivasi dengan Minat Berwirausaha</i>	32
2.3.3	<i>Hubungan Antara Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi dengan Minat Berwirausaha</i>	33
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i>	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	<i>Metode Penelitian</i>	36
3.2	<i>Operasionalisasi Variabel</i>	36
3.2.1	<i>Pengertian Variabel</i>	36
3.2.2	<i>Operasional Variabel</i>	37
3.3	<i>Populasi dan Sampel Penelitian</i>	38
3.3.1	<i>Populasi</i>	38
3.3.2	<i>Sampel</i>	38
3.4	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	39
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	39
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	39

3.4.3	<i>Uji Kualitas Instrumen</i>	40
3.4.3.1	<i>Uji Validitas</i>	40
3.4.3.2	<i>Uji Reabilitas</i>	40
3.5	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	41
3.5.1	<i>Teknik Pengolahan Data</i>	41
3.5.2	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	42
3.5.3	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	42
3.5.4	<i>Analisis Regresi Linear Berganda</i>	45
3.5.5	<i>Analisis Koefisien Korelasi</i>	46
3.5.6	<i>Analisis Koefisien Determinasi</i>	47
3.5.7	<i>Uji Hipotesis</i>	48
3.5.7.1	<i>Uji Parsial</i>	48
3.5.7.2	<i>Uji Simultan</i>	48
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i>	50
4.1.2	<i>Profil FEB UHAMKA</i>	50
4.1.3	<i>Visi dan Misi FEB UHAMKA</i>	52
4.1.3.1	<i>Visi</i>	52
4.1.3.2	<i>Misi</i>	52
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	52
4.2.1	<i>Karakteristik Responden</i>	52
4.2.2	<i>Analisis per Variabel</i>	55
4.2.2.1	<i>Pemanfaatan Media Sosial (X1)</i>	55
4.2.2.2	<i>Motivasi (X2)</i>	61
4.2.4.3	<i>Minat Berwirausaha (Y)</i>	68
4.2.3	<i>Uji Kualitas Data</i>	74
4.2.3.1	<i>Uji Validitas</i>	74
4.2.3.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	76
4.2.4	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	77
4.2.5	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	78

4.2.5.1 Uji Normalitas	78
4.2.5.2 Uji Multikolinieritas	80
4.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.2.5.4 Uji Autokorelasi	82
4.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda	82
4.2.7 Koefisien Korelasi	84
4.2.8 Koefisien Determinasi.....	85
4.2.9 Uji Hipotesis.....	86
4.2.9.1 Uji t Hitung.....	86
4.2.9.2 Uji f Hitung.....	87
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian.....	88
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	13
2	Pengukuran Variabel.....	37
3	Skor Nilai Pengguna Skala <i>Likert</i>	42
4	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	45
5	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier	46
6	Jenis Kelamin Responden	53
7	Usia Responden.....	53
8	Berwirausaha Responden.....	54
9	Jenis Usaha Responden	54
10	Penggunaan media sosial untuk menjual produk atau jasa	55
11	Penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk atau jasa.....	55
12	Internet dan sosial media memudahkan saya untuk mengenalkan suatu produk maupun jasa	56
13	Media sosial dapat memassarkan produk lebih luas tanpa biaya yang tinggi.....	56
14	Hasil Uji Reliabilitas	57
15	Media sosial memudahkan saya untuk bertukar pendapat dengan	

	teman - teman mengenai berwirausaha	57
16	Saya dapat mengakses data mengenai kewirausahaan tanpa ada batasan waktu	58
17	Saya dapat mengakses data mengenai kewirausahaan tanpa ada batasan ruang	58
18	Saya menggunakan media sosial untuk mengikuti perkembangan berita tentang kewirausahaan	59
19	Fasilitas dalam media sosial memudahkan saya dalam berwirausaha	59
20	Indikator Pemanfaatan Media Sosial (X ₁)	60
21	Saya berminat menjadi wirausahawan karena memiliki keinginan untuk menjadi kaya	61
22	Saya berminat menjadi wirausahawan karena ingin membantu perekonomian keluarga	61
23	Saya memilih menjadi wirausahawan karena tidak suka terikat peraturan perusahaan	62
24	Saya memiliki keinginan agar usaha ini dikenal banyak orang dari kalangan apapun	63
25	Saya merasa senang jika dapat memenuhi kebutuhan primer dari hasil berwirausaha	63
26	Saya ingin menjadi wirausahawan sukses agar orang tua bangga	64
27	Keluarga mendukung saya dalam berwirausaha	64
28	Saya ingin menjadi wirausahawan sukses agar dapat menjadi contoh bagi teman - teman	65
29	Teman – teman mendukung saya untuk berwirausaha	65
30	Dengan menerapkan sifat toleransi, dapat mempermudah pergaulan dan memperlancar usaha saya	66
31	Motivasi (X ₂).....	67

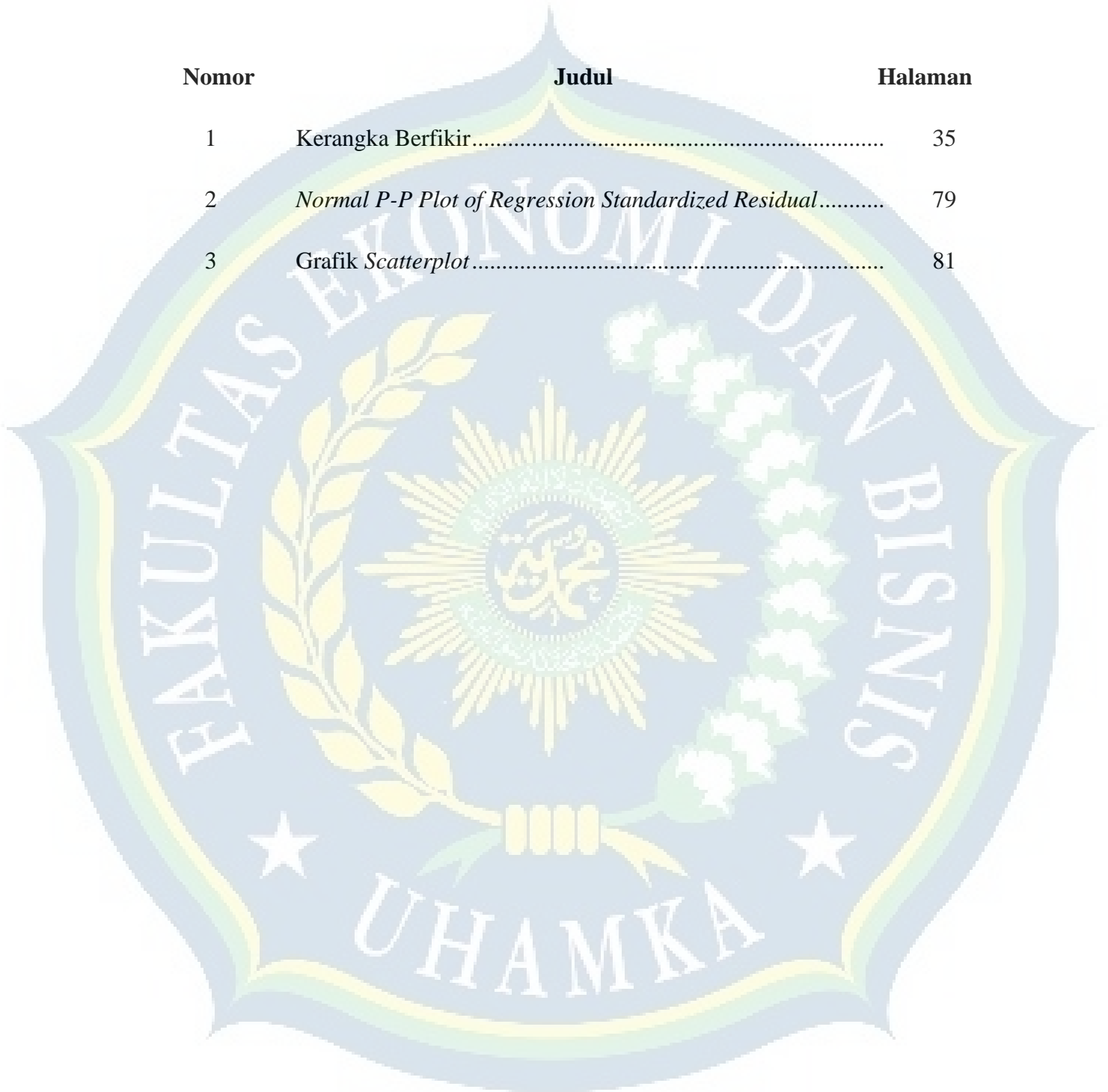
32	Saya tertarik untuk menjadi wirausahawan karena memiliki keahlian dan ide usaha.....	68
33	Saya tertarik berwirausaha karena berani mengambil risiko ...	68
34	Saya ingin berwirausaha agar kehidupan saya lebih layak	69
35	Saya akan bekerja keras untuk memulai dan menjalankan usaha.....	69
36	Suasana rumah saya mendukung dan nyaman untuk berkomunikasi dengan orang tua terkait minat saya untuk berwirausaha	70
37	Saya mendapatkan bekal berbisnis dari membantu pekerjaan orang tua.....	70
38	Saya selalu melakukan pekerjaan sesuai dengan <i>inspection</i> manual yang dibuat perusahaan	71
39	Saya memilih berwira usaha karena banyak kerabat yang menyarankan untuk membangun usaha	72
40	Keadaan ekonomi keluarga saya mendukung kreativitas saya dalam mengembangkan usaha.....	72
41	Saya berminat untuk berwirausaha karena keterbatasan biaya untuk memenuhi kebutuhan pribadi	73
42	Indikator minat berwirausaha (Y)	73
43	Hasil Validitas Variabel X ₁	75
44	Hasil Validitas Variabel X ₂	75
45	Hasil Validitas Variabel Y	76
46	Hasil Uji Reliabilitas	76
47	Hasil Statistik Deskriptif	77
48	Hasil Uji Normalitas.....	78
49	Hasil Uji Multikolinieritas	80
50	Hasil Uji Autokolerasi.....	82

51	Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda	83
52	Hasil Koefisien Korelasi Berganda	84
53	Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
54	Hasil Uji t (Parsial).....	86
55	Hasil Uji F (Simultan).....	87



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1	Kerangka Berfikir.....	35
2	<i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	79
3	Grafik <i>Scatterplot</i>	81



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Kuesioner	1
2	Data Kuesioner	5
3	Output Data SPSS	14
4	Tabel r (df=101-120)	22
5	Tabel t (df=101-120)	23
6	Tabel f (101-120)	24
7	Tabel Durbin Watson	25

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang modern ini, masyarakat Indonesia merasakan sulitnya mencari pekerjaan. Kesulitan mencari pekerjaan tidak hanya dirasakan oleh masyarakat umum, tetapi juga dirasakan oleh lulusan perguruan tinggi di Indonesia. Banyak sarjana yang menganggur dan tidak mendapatkan pekerjaan. Adanya kesenjangan antara permintaan dan penawaran tenaga kerja adalah hal yang perlu dipikirkan dan diperhatikan oleh kita semua. Kesenjangan ini dapat terjadi akibat kurangnya kesadaran dari masyarakat dan mahasiswa dalam membangun perekonomian di Indonesia.

Pola pikir masyarakat yang lebih memilih untuk mencari lapangan pekerjaan dan bukannya menciptakan lapangan pekerjaan menambah kesenjangan yang terjadi. Kemudian adanya kondisi dimana ketika seorang mahasiswa telah diwisuda maka ada kecenderungan bagi mahasiswa tersebut untuk menjadi seorang pegawai bukannya mencoba untuk membuat usaha sendiri. Kurangnya motivasi pada diri mahasiswa, seharusnya minat berwirausaha harus ditumbuhkan.

Kurangnya minat mahasiswa untuk berwirausaha dialami oleh sebagian besar mahasiswa di Indonesia, khususnya di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Berdasarkan pengalaman yang penulis alami, dari mulai di bukanya konsentrasi manajemen bisnis dan kewirausahaan pada tahun 2015 sampai tahun 2019, peminatnya semakin menurun. Rendahnya partisipasi mahasiswa dalam

mengikuti program-program kewirausahaan yang diselenggarakan pihak universitas seperti Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), dan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW).

Kurang adanya kreativitas mahasiswa dalam pemanfaatan teknologi dan alat komunikasi untuk mencoba memulai bisnis, seharusnya mahasiswa bisa lebih kreatif, karena sudah semakin berkembangnya teknologi dan alat komunikasi di seluruh dunia. Sudah hampir setiap orang menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi. Berdasarkan berita yang dimuat di dialysocial.id (2017), Indonesia merupakan salah satu negara di Asia yang mengalami peningkatan cukup tinggi terkait dengan penggunaan mobile internet, yaitu 47% (123 juta orang) dan penggunaan internet secara keseluruhan sekitar 51% (133 juta orang), laporan GetCraft menyebutkan media sosial yang paling aktif digunakan adalah YouTube sebanyak 49%, disusul Facebook sebanyak 48%, Instagram 39%, Twitter 38%, Whatsapp (38%), FB Messenger (31%), Line (30%), LinkedIn (28%), BBM (26%), Pinterest (22%) dan WeChat (21%). Selain itu juga JakPat baru-baru ini merilis laporan hasil survei mengenai kebiasaan penggunaan perangkat *mobile* di Indonesia. Dari laporan yang melibatkan 3.000 responden tersebut disebutkan *smartphone* merupakan *handset* yang paling banyak digunakan, dan aktivitas paling banyak dilakukan ialah menggunakan media sosial.

Dari laporan survei ini setidaknya mewakili wajah penggunaan perangkat *mobile* di Indonesia. Dari data penggunaan keseharian perangkat *mobile* penggunaan untuk mengakses media sosial, aplikasi *chatting* dan *gaming* menjadi

yang paling tinggi. Beberapa kegiatan lain meliputi mendengarkan musik, menonton film, belajar, bekerja, melakukan panggilan dan penunjuk arah.

Untuk media sosial berturut-turut yang menempati tertinggi adalah Facebook dengan persentase 35%, Instagram 29%, Twitter 11% dan Path 11%. Data yang tidak mengejutkan mengingat Indonesia termasuk salah satu pengguna Facebook dan Instagram tertinggi di Indonesia.

Yang paling menarik dari laporan survei ini adalah aplikasi teratas yang paling sering digunakan untuk melakukan *chatting*. Seperti kita ketahui bersama Line dan WhatsApp adalah layanan yang beberapa kali diberitakan susul menyusul dalam akuisisi pengguna di Indonesia, di survei ini peringkat teratas justru adalah aplikasi BlackBerry Messenger (BBM). BBM digunakan lebih dari 80% responden, melebihi WhatsApp dan Line yang berturut-turut mendapatkan 71,1% dan 59,5%. Bahkan berbeda cukup jauh dari pengguna Telegram dengan 3,7%. Sebagai catatan, beberapa responden memang menggunakan lebih dari satu aplikasi pesan instan.

Selain dari media sosial, hal lain yang sangat disayangkan saat ini adalah mahasiswa juga kurang mengoptimalkan pengetahuan yang ia dapatkan selama di universitas sebagai salah satu modal untuk berwirausaha. Kebanyakan dari mereka hanya berpikir bagaimana agar mereka mendapatkan pekerjaan yang layak nantinya, dan bukannya berpikir untuk mencoba memulai bisnisnya sendiri.

Menurut penelitian yang dilakukan Muhammad Hasym Alfaruk (2016) terdapat pengaruh pemanfaatan sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Artinya

apabila mahasiswa memanfaatkan sosial media dengan maksimal maka minat mahasiswa untuk berwirausaha melalui sosial media akan tinggi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dewi Masitoh (2017) pemanfaatan media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Artinya bahwa setiap perubahan variabel pemanfaatan media sosial akan berpengaruh positif pada minat berwirausaha.

Menurut penelitian yang dilakukan Asti Iswandari (2013) motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMKN 12 Surabaya, karena semakin baik motivasi intrinsik maka akan dapat meningkatkan minat berwirausaha. Sedangkan menurut penelitian Rosmiati, Donny Teguh Santosa, Munawar (2015) motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, karena sampel yang diteliti belum memahami tentang kewirausahaan.

Berdasarkan fenomena di atas, minat berwirausaha sangat tergantung dengan bagaimana kita memanfaatkan kemajuan zaman yang ada seperti media sosial, kemudian pengetahuan dan motivasi juga memberikan pengaruh terhadap besarnya minat berwirausaha, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian di atas pada penelitian dengan judul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA”, maka masalahnya dapat diidentifikasi dalam pernyataan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat kekurangan mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Uhamka dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk berwirausaha?
2. Apakah terdapat kekurangan dalam motivasi mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Uhamka untuk berwirausaha?
3. Apakah terdapat tingkat minat berwirausaha yang rendah pada mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Uhamka?
4. Bagaimana meningkatkan pemanfaatan media sosial mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Uhamka sebagai alat untuk berwirausaha?
5. Bagaimana meningkatkan motivasi mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Uhamka untuk berwirausaha?
6. Bagaimana meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Uhamka?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan dari uraian di atas pada penelitian dengan judul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA”, maka untuk memperjelas masalah yang dibahas dapat dibatasi pada masalah ;

1. Variabel Pemanfaatan Media Sosial sebagai variabel Independen (X_1)
2. Variabel Motivasi Usaha sebagai variabel Independen (X_2)
3. Variabel Minat Berwirausaha sebagai variabel Dependen (Y)

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, permasalahan, identifikasi masalah dan batasan masalah, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial dan motivasi terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk berwirausaha.
2. Untuk mengetahui apakah motivasi usaha yang didapatkan mahasiswa cukup untuk membangun minat berwirausaha.
3. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial dan motivasi terhadap minat berwirausaha.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat digunakan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman terkait permasalahan yang diteliti khususnya pengaruh pemanfaatan media social dan motivasi terhadap minat berwirausaha.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi pengetahuan mahasiswa tentang pengaruh pemanfaatan media social dan motivasi, dan minat berwirausaha. Mahasiswa diharapkan mengetahui pentingnya pemanfaatan media social dan motivasi dalam membentuk minat berwirausaha sehingga menjadi alternatif pilihan dalam menentukan masa depan sebelum maupun sesudah lulus kuliah.

3. Bagi Almamater

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- AA. Anwar Prabu. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Alfaruk, M. H. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidorjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4(2), 164-172.
- Amri, Khusnul. (2011). *Pengaruh Keterampilan Guru Mengelola Kelas Menurut Persepsi Siswa Terhadap Minat Belajar Pkn Siswa di SMK Negeri 1 Bandar Lampung Tahun 2011/2011*. Universitas Lampung.
- Basrowi. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- 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).
- Franky, Dkk. (2016). *Dasar-dasar Kewirausahaan Teori dan Prakti. Edisi ke-2*. Jakarta: Indeks.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, Susan. (2015). *30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies*.
- Hamali, A, Y., & Budihastuti, E, S. (2017). *Pemahaman Kewirausahaan: Strategi Mengubah Pola Pikir "Orang Kantoran" Menuju Pola Pikir "Wirausahawan" Sukses*. Depok: Kencana.
- Iswandari, A. (2017). Pengaruh Motivasi Instrinsik, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Smkn 12 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 1,(2), 152-162.
- Jagongo, A., & kinyua, C. (2013). *The Social Media and Entrepreneurship Growth. International Journal of Humanities and Social Science*, 3(10), 213-227.

- Kadir. (2015). *Statistika Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisa Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2012). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Koranti, K. (2013). Analisis pengaruh Faktoreksternal Dan Internal Terhadap Minat Berwirausaha. *Prosiding PESAT*, 5.
- Marinič, P., Záhurecký, V., & Špičák, O. (2015). *Motivation of University Students as Future Entrepreneurs*. *Central European Journal of Management*, 1(2).
- Meri, R. (2015). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berprestasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII Kompetensi Keahlian Pemasaran SMK Negeri Bisnis Dan Manajemen Kota Padang. *Econimika*, 4(1), 75-86.
- Mustofa, A, M. (2014). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman*. Yogyakarta: eprints UNY.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pakuningjati, Lintang Anindita. (2015). *Pengelolaan Medi Sosial Dalam Mewujudkan Good Governace (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial Sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Rakyat Secara Online Oleh Deputi I Kantor Staf Presiden*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gajah Mada.
- Priambaga, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM). *SESINDO 2015*, 2015.
- Purnomo, M. T. (2016). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Wirausahaan Siswa Teknik Kendaraan Ringan SMK Negeri 1 Seyegan. *E-Jurnal Pendidikan Teknik Otomotif-S1*, 14(2).
- Rosmiati, R., Junias, D. T. S., & Munawar, M. (2015). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 21-30.
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Liquidity*, 2(1),80-86.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, Ahmad. (2016). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Prenada Media Group.

Trihatmoko, A., & Harsono, M. (2017). *Kewirausahaan: Membentuk dan Mengembangkan Unit Bisnis Handal dan Mapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Wukir. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Sekolah*. Yogyakarta: Multi Presindo.

Dialysocial.id Diperoleh pada tanggal 26 Desember 2018.

