

## Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan Berdampak terhadap Minat Berusaha Dimensi oleh Inovasi Mahasiswa di Cikarang

Prasetyo Harisandi<sup>1\*</sup>, Fiqih Maria Rabiatal Hariroh<sup>2</sup>, Ety Zuliawati Zed<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

e-mail : [prasetyoharisandi@pelitabangsa.ac.id](mailto:prasetyoharisandi@pelitabangsa.ac.id)<sup>1\*</sup>

**Abstract:** The purpose of this study was to determine the effect of social media, entrepreneurship education and innovation on student interest in doing business in Cikarang. The method used in this research is descriptive method. The research method used in this research is descriptive quantitative. Quantitative descriptive data analysis was carried out using multiple linear regression analysis. Smart PLS (partial least squares). The basic population of this study were students in Cikarang, as many as 108 student respondents, which used a sampling technique in this study. So based on the results of the PLS test that has been done, it can be concluded that all the variable components of social media, entrepreneurship education and innovation have a significant positive influence on student interest in doing business in Cikarang. To deal with current changes, students must improve their abilities in learning online marketing so that they can do business so that they develop quickly and are known everywhere.

**Keywords:** *Social Media, Entrepreneur Education, Innovation, Entrepreneurial interest*

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial, pendidikan kewirausahaan dan inovasi terhadap minat berusaha mahasiswa di Cikarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Analisis data deskriptif kuantitatif dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Smart PLS (partial least square). Populasi dasar penelitian ini adalah mahasiswa di Cikarang, sebanyak 108 responden mahasiswa, dimana dalam penelitian ini digunakan teknik sampling. Sehingga berdasarkan hasil uji PLS yang telah dilakukan dapat disimpulkan semua komponen variable media sosial, pendidikan kewirausahaan dan inovasi mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berusaha mahasiswa di Cikarang. Untuk menghadapi perubahan saat ini, mahasiswa harus meningkatkan kemampuan dalam melakukan belajar pemasaran online agar dalam melakukan usaha agar cepat berkembang dan dikenal dimanapun.

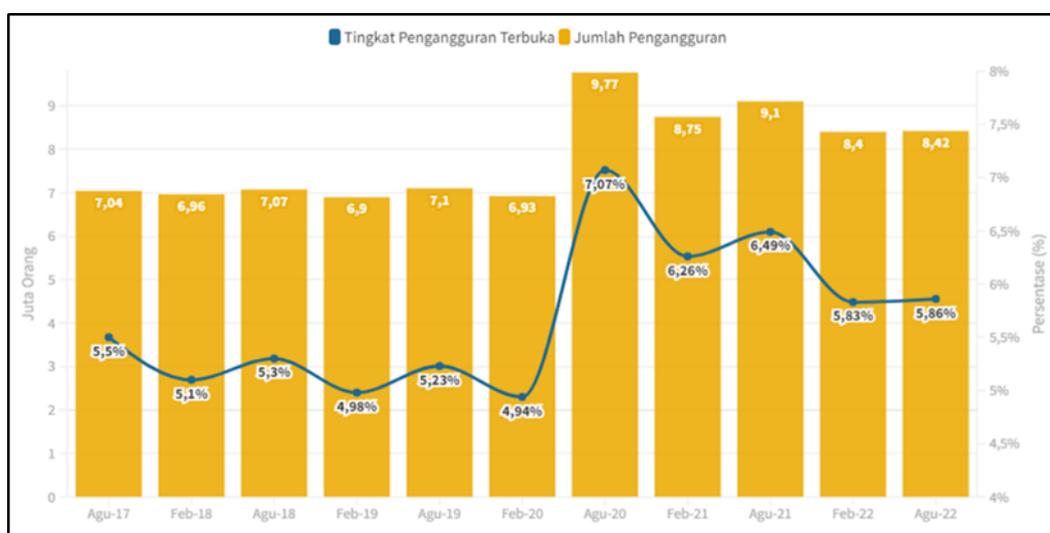
**Kata Kunci:** *Media Sosial, Pendidikan Wirausaha, Inovasi, Minat Wirausaha*

Copyright (c) 2023 The Authors. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

### PENDAHULUAN

Pengangguran di Indonesia masih tinggi, hal ini karena kualitas sumber daya manusia yang rendah hati, selain berpendidikan alasan lain adalah mahasiswa ingin menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) lebih banyak dibandingkan harus memulai bisnis atau perusahaan dan membuka lowongan pekerjaan, dalam hal ini untuk kepentingan dan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha rendah, fenomena rendah minat dan motivasi pemuda Indonesia berpikir tentang kewirausahaan menjadi hal yang serius

bagi berbagai pihak baik pemerintah, pendidikan, industri, serta masyarakat. Faktor lain tingginya pengangguran kerana perubahan ekonomi di Indonesia yang dinilai sangat besar dan semakin tidak menentu tidak lagi menjadi hal yang mengejutkan. Adanya inflasi yang tinggi, depresiasi rupiah dan bencana akibat wabah COVID-19 yang telah meruntuhkan perekonomian. Akibatnya, banyak bisnis lokal dan non-lokal yang berhenti beroperasi, tetapi perusahaan-perusahaan ini merupakan indikator ketidakstabilan ekonomi Indonesia, dan diharapkan dapat mengatasi pengangguran di Indonesia, terutama di wilayah Cikarang kab Bekasi, pusat industri terbesar. di Indonesia dan Asia Tenggara.



**Grafik 1.** Jumlah Tingkat Pengangguran di Indonesia Agustus 2017-Agustus 2022  
(Sumber: Data BPS 2022)

Grafik 1. menunjukkan jumlah tingkat pengangguran di Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS) menemukan jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 8,42 juta pada Agustus 2022. Jumlah ini naik dari 8,4 juta pada Februari 2022. Namun, dibandingkan periode yang sama tahun lalu, jumlah pengangguran di Indonesia mengalami penurunan. Pada Agustus 2021, jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 9,1 juta. Tingkat Pengangguran Resmi (TPT) Indonesia dipantau pada 5,86% pada Agustus 2022, dibandingkan dengan total lapangan kerja 143,72 juta. Angka ini meningkat 0,03 poin persentase dibandingkan 5,83% pada Februari 2022. Menurut wilayah, TPT terpantau sebesar 7,74% di perkotaan pada Agustus 2022. Angka ini jauh lebih tinggi dari TPT perdesaan sebesar 3,43%. Tingginya angka pengangguran ini dapat dikurangi dengan keinginan untuk memulai usaha. Keinginan untuk berwirausaha terutama berasal dari kecintaan pada bisnis semacam ini, impian pribadi dan keinginan untuk

mandiri (Echdar, 2013: 42). Dengan munculnya perusahaan baru, persaingan terus meningkat. Perubahan persaingan bisnis menyebabkan perubahan kebutuhan pelanggan, manajemen produk dan pangsa pasar. Jenis usaha kecil ini kebanyakan adalah perorangan, sehingga kelemahan dari kelemahan tersebut sangat tergantung pada pemilik usaha atau direksi. Pemilik atau manajer bisnis menentukan apa yang dilakukan bisnis, di mana bisnis dilakukan, kapan modal digunakan, bagaimana biaya dikeluarkan, dan siapa yang terkait dengan bisnis, termasuk karyawan dan pelanggan sasaran.

Perlu adanya jalan keluar untuk dapat menanggulangi pengangguran yang ada di Indonesia. Salah satu upaya penanggulangan pengangguran adalah dengan meningkatkan minat kewirausahaan masyarakat pada khususnya mahasiswa, perguruan tinggi menyelenggarakan mata kuliah pendidikan kewirausahaan. Melalui Pendidikan kewirausahaan mahasiswa akan dibentuk secara sikap, perilaku serta pola pikir seorang wirausahawan yang baik dan tidak hanya sekedar landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan saja yang diberikan. hal ini tentunya akan menjadi investasi modal yang baik untuk mempersiapkan para mahasiswa dalam memulai bisnis baru melalui integrasi pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan penting untuk mengembangkan dan memperluas sebuah bisnis.

Dalam hal ini minat berwirausaha harus benar-benar ditumbuhkan di kalangan pemuda tanah air, agar para pemuda percaya pada jiwa wirausaha dan memiliki kepribadian wirausaha, sehingga setiap pemuda Indonesia memiliki minat berwirausaha yang tinggi. menarik perhatian pada sesuatu Minat menunjukkan apa yang disukai, dilakukan, atau dinikmati orang. Barangsiapa tertarik pada sesuatu, maka segala perbuatan atau perbuatan akan mengantarkannya pada minat itu.

Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran online dan media sosial adalah “kegiatan dan program online yang bertujuan untuk terlibat dengan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, meningkatkan citra atau menjual produk dan menarik layanan”. Media sosial adalah kegiatan komunikasi pemasaran yang menggunakan media elektronik (online) untuk menarik konsumen atau bisnis dalam berbagai format (gambar, tulisan, dll) untuk meningkatkan kesadaran, citra perusahaan dan penjualan (Indika & Jovita, 2017). Media sosial adalah media online penggunaanya hanya dapat berpartisipasi, berbagi dan pembuatan konten, termasuk blog, jaringan media sosial, wiki, forum, dan dunia maya.

blog, jejaring sosial dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling banyak digunakan orang di seluruh dunia. Pendapat yang lain mengatakan media sosial adalah media online yang mendukung interaksi media Sosial dan Penggunaan Media Sosial mengubah teknologi berbasis web komunikasi dalam dialog interaktif (Liedfray et al., 2022). Membeli produk secara online menawarkan banyak keuntungan bagi konsumen. Salah satu keuntungan terpenting adalah penghematan waktu saat Anda memilih produk yang diinginkan. Selain itu, toko online menawarkan berbagai macam desain dan tema yang lebih variatif dibandingkan toko fisik, serta harga yang ditawarkan biasanya lebih murah. Selain itu, pengalaman berbelanja online menawarkan sensasi berbeda yang tidak dapat ditemukan di toko fisik biasa (Harisandi, 2023). Dari sini dapat disimpulkan bahwa media social ini adalah lingkungan di internet memungkinkan pengguna berdiri dan melakukannya Interaksi, kolaborasi, pertukaran, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk koneksi maya (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Kata entrepreneurship yang dulunya diterjemahkan sebagai entrepreneur, belakangan ini diterjemahkan sebagai entrepreneur. Enterprenuer berasal dari bahasa Perancis yaitu *entreprendre* yang berarti mendirikan atau melaksanakan. Entrepreneur berasal dari kata : Pahlawan: mulia, berani, luhur; diri sendiri:sendiri; dari: sedang berdiri; Perusahaan: kegiatan produktif. Sejak awal kata, kewirausahaan pada awalnya ditujukan untuk orang yang bisa berdiri sendiri. Di Indonesia, kata entrepreneur sering diartikan sebagai orang yang tidak bekerja di sektor publik yaitu; Pengusaha, dan orang yang bekerja di perusahaan swasta sedangkan pengusaha adalah orang yang memiliki usaha sendiri (Hadiyati, 2011). Kewirausahaan adalah proses dinamis yang menciptakan nilai barang dan jasa dan kekayaan. Peter F. Drucker (1994) mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Thomas W. Zimmerer (1996; 51) menunjukkan bahwa kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mencari peluang yang dihadapi setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menggunakan pemikiran kreatif dan tindakan inovatif untuk menciptakan hal-hal baru dan berbeda untuk menciptakan peluang (Saragih, 2017). Yang paling mendorong untuk berkarir seorang wirausaha adalah (1) karakteristik pribadi dan (2) lingkungan pribadi Menurut hasil penelitian, minat berwirausaha dipengaruhi oleh potensi kepribadian wirausaha dan lingkungan.

Kewirausahaan dapat diajarkan melalui pendidikan. "... dalam kewirausahaan ada model, proses dan studi kasus yang memungkinkan studi subjek dan perolehan pengetahuan" (Kuratko & Hodgetts, 2007:34). Realitas di lapangan, sistem pembelajaran yang ada saat ini masih belum sepenuhnya efektif dalam membangun akhlak mulia dan karakter bangsa, termasuk karakter kewirausahaan pada peserta didik. (Aprilianty, 2012). Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan meliputi pembentukan sikap, pengembangan keterampilan dan pemberian informasi. Dengan kata lain kewirausahaan adalah potensi yang harus dikembangkan seseorang melalui pendidikan, pengalaman, tantangan dan keberanian mengambil resiko dalam bekerja dan/atau menciptakan pekerjaan (Wiratno, 2012).

Dalam pelaksanaan Program Pendidikan Kewirausahaan dalam aturan Kemendiknas, terdapat dua kebijakan terkait kewirausahaan yaitu: 1. Kewirausahaan sebagai mata pelajaran di tingkat menengah dan universitas, 2. Kewirausahaan sebagai keterampilan yang terkait dengan standar kompetensi (Wiratno, 2012).

Pendidikan kewirausahaan bisa didefinisikan sebagai perusahaan untuk institusi Pendidikan mencetak ilmu, nilai, jiwa dan sikap kewirausahaan siswa dan murid menggunakan lengkapi diri Anda seperti manusia mandiri, kreatif dan inovatif. Ada juga Tujuannya adalah untuk menciptakan wirausaha baru yang handal dan terpercaya karakter dan dapat meningkatkan kebaikan bersama pelatihan Kewirausahaan adalah senjata Penghancur Pengangguran ke dalam kemiskinan dan menjadi tangga impian setiap masyarakat untuk mandiri finansial memiliki kemampuan membangun kekayaan pribadi, selama konstruks Kesejahteraan Sosial (Jamal Ma'mur Asmani: 2011). Menurut Agus Wibowo (2011:76), ada dua kemungkinan berakar secara spiritual Kewirausahaan bagi Mahasiswa di kampus. Integrasikan dulu untuk pendidikan kewirausahaan Kurikulum Kegiatan kedua kebutuhan siswa putus sekolah dikemas dan diarahkan secara sistematis Membangun motivasi dan sikap mental seorang pedagang. Pendidikan Kewirausahaan biasanya ada proses Pendidikan yang menerapkan prinsip dan metodologi untuk Pendidikan kecakapan hidup bagi para peserta siswa melalui kurikulum terpadu dikembangkan di sekolah-sekolah di Universitas. (Luh et al., 2017).

Minatnya adalah lereng yang dalam subjek yang membuat seseorang merasa tertarik di daerah tertentu dan berbahagialah disosialisasikan di dalamnya (Bahasa Inggris. Catatan Widiyat, 2013: 5). Menurut Suhartin (2011: 44), bunga banyak pola

pikir campur aduk perasaan, keinginan, kepercayaan, tren pada pilihan individu tertentu. Sementara itu, Hurlocks (1993:144), Minat adalah motivasi lahir dari dalam diri seseorang melakukan apa yang mereka inginkan dan mereka bebas memilih. (Luh et al., 2017). Minat adalah kecenderungan yang terus-menerus dari seseorang untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan siap untuk terlibat di dalamnya, tetapi didorong dalam kegiatan tertentu tanpa paksaan dari orang yang tertarik. Perasaan tertarik dan gembira ini dapat mengarahkan seseorang untuk mulai menikmati sesuatu yang ditemui atau dilakukannya (Winkel, 2004). Menurut Kartono dalam Supriaman (2019) , minat adalah suatu momen kecenderungan mental, secara intens tertuju pada suatu objek yang dianggap paling efektif (perasaan, emosional), di dalamnya terdapat unsur-unsur efektif (emosional) yang kuat, minat juga dilandasi oleh kepribadian. Minat kewirausahaan kemampuan untuk berani juga dalam pemenuhan kebutuhan hidup memecahkan masalah hidup, mempromosikan atau membuat bisnis baru dengan kekuatan yang ada untuk dirinya sendiri. Minat kewirausahaan keinginan, minat dan keinginan bekerja keras atau sukarela sulit untuk mandiri atau mencoba untuk memuaskan kebutuhannya tidak takut dengan resiko masa depan dan kemauan yang kuat belajar dari kesalahan (Luh et al., 2017).

Selain orientasi kewirausahaan, inovasi produk juga tak kalah penting. Produk yang dikeluarkan pemilik usaha harus inovatif. Individualitas produk sebagai hasil inovasi sementara membawa lebih banyak persaingan (McDaniel, 2002:105). Inovasi yang diciptakan oleh perusahaan sendiri merupakan kunci keunggulan kompetitif yang menentukan keberhasilan finansial organisasi (Urbancova, 2013:94). Dengan keunggulan bersaing, perusahaan dapat bertahan sedemikian rupa sehingga dalam mengukur keberhasilannya, daya saing perusahaan yang ada mendukung kinerja bisnis, termasuk kinerja pemasaran perusahaan Hasan (2013:291) dalam Vanessa Djodjobo & Tawas (2014). Inovasi adalah pengenalan dan penerapan yang disengaja dari ide-ide baru, proses, produk atau prosedur dalam pekerjaan, kelompok kerja atau organisasi, yang dirancang untuk menguntungkan pekerjaan, kelompok kerja atau organisasi (West, 2000:18). Inovasi adalah proses non-linear dari dua bagian, termasuk implementasi kreativitas dan inovasi. Pada awal proses kreativitas mendominasi dan kemudian mendominasi proses mewujudkan inovasi. Inovasi dalam kewirausahaan terbagi menjadi dua jenis inovasi yang membentuk keuntungan perusahaan dengan cara yang berbeda,

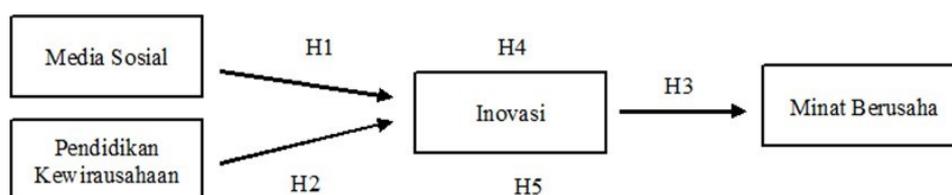
yaitu inovasi produk dan inovasi proses (McDaniel, 2002:105). Inovasi produk dapat dibagi lagi menjadi tiga kategori menurut Luke dan Ferrell (2000:240): 1. Product extension (line extension) Product extension adalah produk yang masih dikenal di perusahaan, namun baru di pasaran, 2. Produk imitasi (me-too products) Produk imitasi adalah produk yang menurut perusahaan baru, tetapi dikenal oleh pasar, 3. Produk Baru (Unit Dunia) Produk baru adalah produk yang dianggap baru oleh perusahaan dan bisnis (Vanessa Djodjobo & Tawas, 2014).

Inovasi tidak dapat dipisahkan dari dua kriteria utama, kebaruan dan perbaikan. Baru tidak harus berarti penciptaan produk baru, tetapi juga dapat berarti nilai praktis, kondisi dan aplikasi. Di sini, kriteria perbaikan harus berfungsi untuk menemukan alternatif terbaik yang paling efektif dan efisien untuk proses atau produk. Definisi lain dari inovasi juga mempertimbangkan proses penciptaan produk yang bersifat inkremental dan radikal, kemudian ada juga yang menganggap inovasi membur (diffuse innovation) dan mengadopsi inovasi Hellstrom (2004) dalam Saragih (2017). Larsen, P. dan Lewis, A. (2007) menemukan bahwa salah satu karakteristik wirausaha yang paling penting adalah kemampuannya untuk berinovasi. Sebuah perusahaan tidak akan bertahan lama tanpa adanya inovasi. Hal ini disebabkan oleh perubahan kebutuhan, keinginan dan tuntutan pelanggan. Pelanggan tidak selalu menggunakan produk yang sama. Pelanggan mencari produk lain dari perusahaan lain yang tampaknya memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, inovasi yang berkelanjutan diperlukan jika perusahaan ingin tetap bertahan dan bertahan. Inovasi mengacu pada barang, layanan, atau ide yang dianggap baru oleh seseorang. Meski idenya sudah ada sejak lama, namun bisa dikatakan ini adalah inovasi bagi orang yang baru melihat atau mengalaminya (Hadiyati, 2011).

Proses pembelajaran di Kampus belum dapat sepenuhnya mengembangkan potensi kepribadian wirausaha. Hal ini antara lain tercermin dari jumlah pengangguran yang relatif tinggi, jumlah wirausaha yang relatif sedikit dan terjadinya kebobrokan moral (BPS, 2022). Menanamkan ilmu kewirausahaan kepada mahasiswa memang merupakan tugas. Semakin tinggi keterampilan kewirausahaan mahasiswa maka semakin terbuka cara pandang mereka terhadap kewirausahaan. Sehingga dengan peningkatan pengetahuan kewirausahaan yang didapatkan melalui Pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat menimbulkan minat berwirausaha.

Kampus idealnya dapat membantu merangsang minat mahasiswa dalam berwirausaha. Namun, masih banyak universitas yang hanya fokus belajar dari segi pengetahuan saja dan tidak dapat menciptakan lingkungan kampus yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Proses pembelajaran yang sebelumnya hanya terfokus pada pengetahuan, hendaknya diikuti dengan pembelajaran keterampilan kewirausahaan secara praktik. pengangguran dan kemiskinan terjadi karena jumlah kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan atau penyediaan tenaga kerja baru di semua jenjang pendidikan. Sebagaimana disyaratkan oleh Keputusan Presiden (Perpres) No.01 tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional. Pada tahun 2020, tingkat startup tetap di 3,47%. Sehingga generasi muda mulai berpikir dan bertindak untuk menjadi wirausaha. Dalam hal ini, minat berwirausaha harus benar-benar dibangkitkan di kalangan anak muda tanah air. Dengan begitu, generasi muda mereka akan berwirausaha dan berwirausaha dan semua generasi muda di Indonesia akan memiliki minat yang tinggi untuk berwirausaha. Untuk mengetahui lebih dalam apakah media sosial dan pendidikan kewirausahaan, inovasi berdampak pada minat berusaha, maka penulis melakukan kajian mengenai hal tersebut dengan judul “ Media sosial, pendidikan kewirausahaan berdampak terhadap minat berusaha dimediasi oleh inovasi mahasiswa di Cikarang”.

## METODE



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran

Hipotesis Menurut Sugiyono (2019:99) hipotesis atau asumsi dasar adalah solusi sementara dari pernyataan masalah penelitian, yang telah diberikan dalam bentuk kalimat tanya. Hipotesis tersebut masih bersifat dugaan karena belum dapat dibuktikan kebenarannya, jawaban yang dikemukakan merupakan kebenaran sementara yang akan diperiksa kebenarannya dengan menggunakan data penelitian. Ditetapkanlah hipotesisnya penelitiannya ini yakni :

- H1: Media sosial berpengaruh positif terhadap inovasi
- H2: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi
- H3: Inovasi berpengaruh positif terhadap minat berusaha
- H4: Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berusaha mahasiswa melalui inovasi
- H5: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berusaha melalui inovasi

Analisis ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis media social, Pendidikan kewirausahaan yang berdampak terhadap minat berusaha yang dimediasi oleh inovasi mahasiswa di Cikarang. Menurut Sugiyono (2017) metode deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menjelaskan tentang hubungan yang saling mempengaruhi antar variabel yang diteliti dalam penelitian. Untuk analisis data deskriptif kuantitatif yang dilakukan yaitu dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Smart PLS (partial least square) digunakan dalam analisis penelitian ini Analisis menguji model eksternal dan internal. Muat di luar  $> 0,7$  berarti isi kelayakan Alpha Cronbach  $> 0,7$  dan skor kepercayaan gabungan  $> 0,8$  menunjukkan memenuhi keandalan. Model internal dengan  $R^2 > 0,2$  menunjukkan model yang valid. Hubungan antar variable signifikan jika  $p\text{-value} < 0,05$ . Secara keseluruhan, ada 350 orang yang menjadi populasi untuk penelitian ini, dan semuanya adalah Mahasiswa di Cikarang. Peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai pedoman untuk menetapkan jumlah sampel, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{n}{(1+(N \times e^2))} = \frac{350}{(1+(350 \times 8\%^2))} = 108,024 = 108 \text{ responden.}$$

Data dikumpulkan dengan cara wawancara dan menyebarkan kuisisioner kepada responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya adalah data primer yaitu hasil jawaban responden yang diperoleh dengan menggunakan kuisisioner, pengumpulan data melalui kuisisioner online tertutup, kuisisioner dibuat di google forms dan menggunakan skala Likert 5 poin. Item pada skala Likert 5 poin lebih dapat diandalkan, lebih nyaman, dan lebih mewakili keyakinan aktual responden. Pendekatan survei digunakan karena penelitian ini didasarkan pada data primer. Survei tersebut disebarluaskan secara online melalui media sosial yaitu Whatsapp dan Instagram. Survei dilakukan di Cikarang Kab. Bekasi pada bulan Februari 2023- Maret

2023. Populasi ialah terdiri atas sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian, yang dari padanya terkandung informasi yang ingin diketahui. Dimana populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa yang kuliah di Cikarang – Bekasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### Responden

Penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari survei yang dibagikan di melalui google.form kepada mahasiswa yang berada di Cikarang, dimana 108 responden berpartisipasi dalam menjawab terkait metode penelitian ini.

**Tabel 1.** Data Responden

Variabel	Jumlah	Persen
<i>Jenis Kelamin</i>		
- Perempuan	70	65%
- Laki-laki	38	35%
<i>Usia</i>		
- 17-18	2	0%
- 19-20	28	30%
- 21-22	70	67%
- 23 Tahun Keatas	8	3%
<i>Semester</i>		
- Semester 1	2	2%
- Semester 2	10	9%
- Semester 3	2	2%
- Semester 4	40	37%
- Semester 5	30	28%
- Semester 6	2	2%
- Semester 7	10	9%
- Semester 8	12	11%

*Sumber: Data hasil kuesioner yang diolah, 2023*

Tabel 1. menunjukkan jumlah responden yaitu mahasiswa yang berada di daerah Cikarang dengan jumlah adalah 108 responden. Sebagian besar responden adalah wanita sebesar 65% dan laki-laki sebesar 35% dengan usia 21-22 tahun dengan rata-rata masih menempuh kuliah semester 4.

### Metode Analisa

Pada table 2. menunjukkan hasil dari pengujian outer model dimana uji ini bertujuan untuk menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan semua indicator, social media, Pendidikan kewirausahaan, inovasi dan minat berusaha. Pengukuran model ini diukur dengan pengujian reabilitas dan validitas.

Pengukuran reabilitas dapat dilihat dari hasil crombach alpha dimana didapat hasil pengujian indikator pada masing-masing variabel telah valid dengan outer loading  $> 0,7$ . Dari pengujian didapatkan bahwa hasil semua variable adalah reliable hal dikarenakan shasil sudah memenuhi cut off untuk variabel media sosial sebesar 0,973; pendidikan kewirausahaan sebesar 0,982 dan inovasi sebesar 0,977 dan minat berusaha sebesar 0,991 yang hasil tersebut lebih dari 0,7 dan bisa dikatakan hasil yang ideal, sedangkan untuk hasil composite reliability media social sebesar 0,978; pendidikan kewirausahaan sebesar 0,984 dan sebesar inovasi 0,982 dan minat berusaha 0,992 lebih besar 0,8, hal ini menunjukkan bahawa nilai masing-masing indicator memiliki konsistensi dalam mengukur konstruknya.

**Tabel 2.** Outer Model

Variabel/Indikator	Outer Loading	Crombach Alpha	Compo site Reliability	Kesimpulan
Media Sosial		0,973	0,978	Reliabel
- Menaikan Omset	0,915			Valid
- Kemudahan Promosi	0,868			Valid
- Kemudahan Transaksi	0,958			Valid
- Iklan Menarik	0,947			Valid
- Tema dan Konten Menarik	0,947			Valid
- Kejelasan dan Mudah Dipahami	0,978			Valid
	0,961			Valid
Pendidikan Kewirausahaan		0,982	0,984	Reliabel
- Teori Kewirausahaan	0,968			Valid
- Memilai Usaha Baru	0,959			Valid
- Menciptakan Sesuatu Berbeda	0,959			Valid
- Mengembangkan Usaha	0,903			Valid
- Mengembangkan Keterampilan	0,903			Valid

- Mengoprasikan Bisnis	0,925		Valid
- Memanfaatkan Bisnis	0,973		Valid
- Struktu Kepemimpinan	0,963		Valid
	0,979		Valid
	0,958		Valid
Inovasi	0,977	0,982	Reliabel
- <b>Peniruan Produk</b>	0,919		Valid
- Pengembangan Produk Baru	0,968		Valid
- Peluang	0,981		Valid
- Melakukan Inovasi	0,941		Valid
- Menciptakan Produk Baru	0,981		Valid
Minat Berusaha	0,991	0,992	Reliabel
- Memulai Usaha	0,961		Valid
- Keuntungan Usaha Kecil	0,954		Valid
- Memulai dan Mendirikan Usaha	0,954		Valid
- Memperoleh dan Mendirika Usaha	0,983		Valid
- Usaha Pertumbuhan Cepat	0,978		Valid
- Usaha Pemimpin Industri	0,974		Valid
- Usaha Banyak Cabang	0,974		Valid
- Usaha Terdaftar di BEI	0,949		Valid
- Usaha memberikan Gaya Hidup	0,951		Valid
Baik	0,963		Valid
- Usaha Terkenal ke Kncah	0,965		Valid
Internasional			

Sumber: Hasil Pengolahan, 2023

Hampir seluruh indikator pada setiap variabel telah valid karena telah lebih besar daripada 0,7. Seluruh variabel juga telah reliabel karena telah memenuhi cut off yang digunakan dalam penelitian ini.

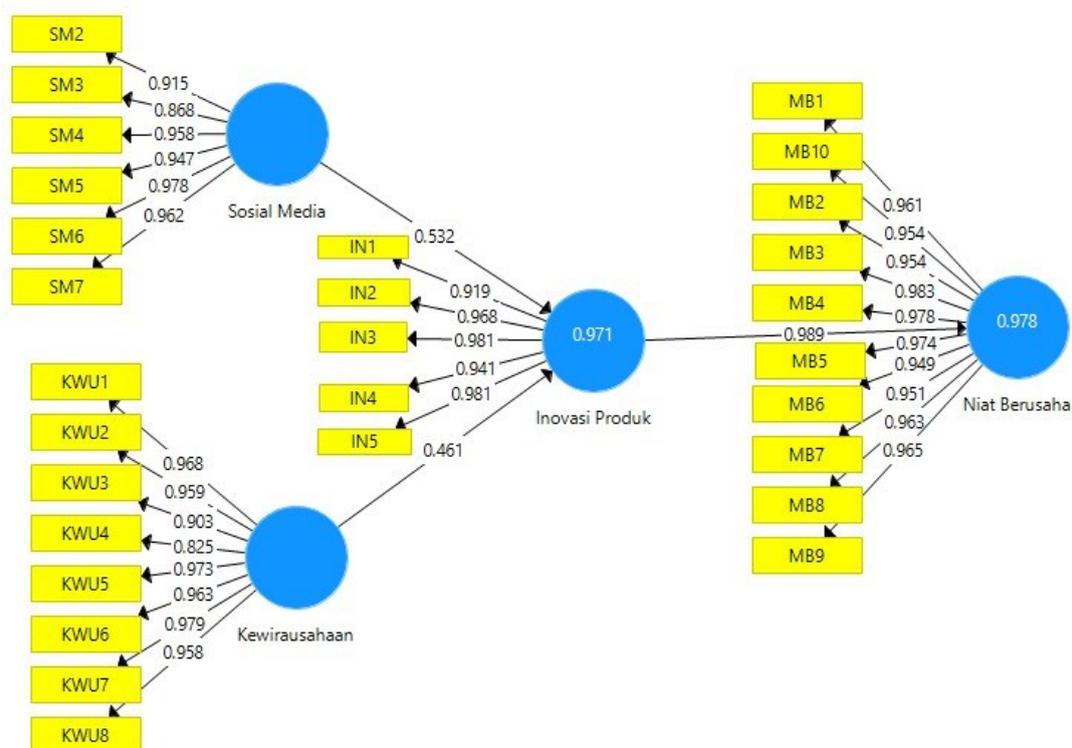
**Tabel 3.** Indeks Pengujian Model

Endogenous Variabel	Cut of Value	Hasil Analisis	Evaluasi model
R <sup>2</sup>			
- Inovasi	≥ 0,20	0,971	Fit

Endogenous Variabel	Cut of Value	Hasil Analisis	Evaluasi model
- Minat Berusaha	$\geq 0,20$	0,978	Fit

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Hasil pengujian pada tabel 3. pada indicator reability hasil didapatkan bahwa model dapat diterima karena semua variabel endogen memiliki nilai R-squared lebih besar dari 0,2. Variabel inovasi memiliki nilai R square 0,971 dan minat berusaha memiliki nilai R square 0,978 dalam kategori sangat kuat dan signifikan dan tanda indicator sesuai dengan hipotesis.



Gambar 2. Hasil Analisis

Sumber: Data penelitian diolah, 2022

Pada gambar 2. menunjukkan hasil pengujian estimasi dari indikator ke variabel dan keterkaitan antar variabel. Seluruh indikator telah berkontribusi membentuk variabel masing-masing. Indikator SM2- SM7 merupakan indikator utama pembentuk social media sedangkan indikator KWU1-KWU8 merupakan indikator utama untuk pendidikan kewirausahaan kemudian indicator IN1-IN5 merupakan indicator utama untuk inovasi dan indicator MB1 dan MB9 merupakan indicator utama untuk minat berusaha.

**Tabel 4.** Estimasi

Alur	Jenis	Std. Estimatesi	P-Value	Kesimpulan
Media Sosial → Inovasi	Langsung	0,532	0,000	Signifikan
Pendidikan Kewirausahaan → Inovasi	Langsung	0,461	0,000	Signifikan
Inovasi → Minat Berusaha	Langsung	0,989	0,000	Signifikan
Media Sosial → Inovasi → Minat Berusaha	Tidak Langsung	0,526	0,000	Signifikan
Pendidikan Kewirausahaan → Inovasi → Minat Berusaha	Tidak Langsung	0,456	0,000	Signifikan

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2023*

Tabel 4. menunjukkan hasil standar estimasi hasil didapatkan media sosial berpengaruh langsung terhadap inovasi, selain itu pendidikan kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap inovasi dan inovasi juga berpengaruh langsung terhadap minat berusaha. Media sosial tidak secara langsung mempengaruhi minat berusaha yang dimediasi oleh inovasi dan Pendidikan kewirausahaan tidak secara langsung mempengaruhi minat berusaha yang dimediasi oleh inovasi.

### **Pembahasan**

Pada tabel 4. menjelaskan hipotesis penelitian bahwa social media dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi dan inovasi juga berpengaruh positif dengan minat berusaha, dengan pembahasan sebagai berikut :

#### **a. Uji Hipotesis 1 (H1):**

Pada penelitian ini telah menghasilkan temuan bahwa sosial media berpengaruh terhadap inovasi sebesar 0,532 yang artinya jika harga meningkat satu satuan unit maka inovasi dapat meningkat sebesar 53,2%. Pengaruh ini bersifat positif. Dengan P value 0,000. adalah  $0,001 < 0,05$  sehingga terima H1 atau yang berarti pengaruh langsung social media terhadap inovatif bermakna atau signifikan secara statistik. Hipotesis ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Mamun et al. (2019) menyatakan bahwa perusahaan dapat tetap kompetitif melalui produk yang inovatif, Herman et al. (2018) menyatakan bahwa menerapkan orientasi pasar akan menciptakan nilai bagi konsumen dan mengarah pada bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, memaksimalkan penggunaan

media sosial juga dapat meningkatkan kinerja bisnis, media sosial berperan penting dalam memfasilitasi berbagai aktivitas antara bisnis dan konsumen (Tajvidi & Karami, 2017) secara efektif dan maksimal sebagai sarana untuk mendukung bisnis.

**b. Uji Hipotesis 2 (H2):**

Pada penelitian ini telah menghasilkan temuan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi sebesar 0,461 yang artinya jika Pendidikan kewirausahaan meningkat satu satuan unit maka inovasi dapat meningkat sebesar 46,1%. Pengaruh ini bersifat positif. Dengan P value 0,000. adalah  $0,001 < 0,05$  sehingga terima H2 atau yang berarti pengaruh langsung Pendidikan kewirausahaan terhadap inovasi bermakna atau signifikan secara statistic. Hipotesis ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh (Musriza Harahap et al., 2023) hasilnya menunjukkan bahwa Keterampilan kewirausahaan pengusaha dan inovasi berpengaruh signifikan. Hasil penelitian ini juga mendukung teori (Mu, Peng, & Tan, 2007) dalam penelitian (Arduyan et al., 2016) yang menyatakan Keahlian dapat meningkatkan keberhasilan inovasi produk. Karakteristik dan keterampilan seorang wirausahawan memberi mereka kesempatan untuk berinovasi. Keahlian manajerial telah menjadi salah satu kunci perusahaan dalam pengembangan produk baru.

**c. Uji Hipotesis 3 (H3):**

Pada penelitian ini telah menghasilkan temuan bahwa variabel inovasi berpengaruh terhadap variable minat berusaha sebesar 0,989 yang artinya jika inovasi meningkat satu satuan unit maka minat berusaha dapat meningkat sebesar 98,9%. Pengaruh ini bersifat positif. Dengan P value 0,000. adalah  $0,001 < 0,05$  sehingga terima H3 atau yang berarti pengaruh langsung inovasi terhadap minat berusaha bermakna atau signifikan secara statistik. Hipotesis ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh (Hadiyati, 2011). Pada analisis yang dilakukan, kreativitas dan kemampuan inovasi secara simultan berpengaruh terhadap kewirausahaan, dimana variabel inovasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kewirausahaan. Demikian ditafsirkan bahwa mahasiswa harus mengutamakan inovasi produk di perusahaan manapun membangkitkan minat yang besar dalam berwirausaha. Menurut Kotler dan Keller Inovasi produk adalah kombinasi dari berbagai jenis proses yang berbeda yang mempengaruhi satu sama lain di hadapan mereka inovasi produk diharapkan dapat meningkatkan kemandirian wirausaha (Afifi & Zazuli, 2020).

**d. Uji Hipotesis 4 (H4) :**

Pada penelitian ini telah menghasilkan temuan bahwa besarnya koefisien parameter untuk variabel sosial media terhadap minat berusaha melalui mediasi inovasi sebesar 0,526 yang berarti terdapat pengaruh tidak langsung yang positif antara social media terhadap minat berusaha melalui mediasi inovasi. Atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi nilai social media, maka minat berusaha melalui inovasi akan semakin meningkat pula. Peningkatan satu satuan social media akan meningkatkan minat berusaha melalui inovasi sebesar 52,6%. nilai p value adalah  $0,000 > 0,05$  sehingga terima H4 atau yang berarti pengaruh tidak langsung social media terhadap minat berusaha melalui inovasi adalah bermakna atau signifikan secara statistik. Hubungan korelasi positif memiliki analisis bahwa penggunaan media sosial tinggi minat berwirausaha menyusul tinggi dan sebaliknya digunakan rendah media sosial dipantau sedikit minat dalam berwirausaha. Jadi mahasiswa yang bisa menggunakan media sosial diikuti dengan peningkatan bunga kewirausahaan besar dan sebaliknya, mahasiswa yang tidak tahu cara menggunakan media social juga tidak ada kemampuan dan minat berwirausaha.(Prasetio, 2020).

**e. Uji Hipotesis 5 (H5) :**

Pada penelitian ini telah menghasilkan temuan bahwa besarnya koefisien parameter untuk variabel pendidikan kewirausahaan terhadap minat berusaha melalui mediasi inovasi sebesar 0,456 yang berarti terdapat pengaruh tidak langsung yang positif Pendidikan kewirausahaan terhadap minat berusaha melalui mediasi inovasi. Atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi nilai Pendidikan kewirausahaan, maka minat berusaha melalui inovasi akan semakin meningkat pula. Peningkatan satu satuan Pendidikan kewirausahaan akan meningkatkan minat berusaha melalui inovasi sebesar 45,6%. nilai p value adalah  $0,000 > 0,05$  sehingga terima H5 atau yang berarti pengaruh tidak langsung Pendidikan kewirausahaan terhadap minat berusaha melalui inovasi adalah bermakna atau signifikan secara statistik. Hipotesis ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Luh et al., (2017) hasilnya menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berusaha Hasil penelitian ini juga mendukung teori Bukhari Alma (2003) yang menyatakan bahwa pendidikan, lingkungan keluarga, nilai-nilai pribadi, usia dan riwayat pekerjaan melatar belakangi munculnya minat berwirausaha. dan keterampilan diperoleh dari Pendidikan

Kewirausahaan.

## **SIMPULAN**

Di antara hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah pengaruh dari masing-masing variabel, yaitu media sosial, pendidikan kewirausahaan, inovasi dan minat berusaha. Dari hasil pengujian pada bab sebelumnya, seluruh variable yakni media sosial, pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi, dengan penggunaan media social yang tinggi akan membuat mahasiswa mempunyai kemampuan berinovasi dan melakukan kreativitas. Konten-konten yang berasal di social media akan menambah refrensi dan menciptakan ide-ide baru yang nantinya akan menimbulkan inovasi baru, selain itu pendidikan kewirausahaan juga akan menambah minat dalam melakukan inovasi dari apa yang telah mereka dapatkan selama mendapatkan pelajaran tersebut sehingga kedua variable social media, pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam melakukan sebuah inovasi. Inovasi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berusaha dengan nilai signifikan dibawah 0,005. Jika dilihat dari standart estimasi inovasi memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat berusaha dibandingkan dengan faktor lain, peranan inovasi seperti peniruan produk, pengembangan produk baru, peluang, melakukan inovasi, menciptakan produk baru sangatlah penting dalam mempengaruhi minat berusaha artinya bahawa inovasi dapat meyakinkan para calon mahasiswa dalam menumbuhkan minat berusaha untuk memutuskan melakukan sebuah usaha. Pengaruh media sosial terhadap minat berusaha memberikan pengaruh yang positif selain itu pendidikan kewirausahaan juga memberikan pengaruh yang positif juga terhadap minat berusaha yang keduanya di mediasi oleh inovasi. Peningkatan kemampuan bermedia sosial dan keikutsertaan mahasiswa dalam mengikuti pendidikan kewirausahaan dapat berdampak pada peningkatan minat berusaha baik secara langsung maupun tidak langsung melalui inovasi . Semakin kuat inovasi maka semakin kuat minat mahasiswa dalam berwirausaha. Sehingga berdasarkan hasil uji PLS yang telah dilakukan dapat disimpulkan semua komponen variable mempunyai pengaruh positif yang signifikan. Penelitian ini memberikan ruang terbuka untuk penelitian selanjutnya dengan mengganti variabel mediasi yang lain. Seperti menambahkan variabel yang berhubungan dengan kepribadian mahasiswa, seperti kemandirian, motivasi dan faktor

eksternal lain seperti faktor kekeluarga, lingkungan sosial pertemanan, dan perkuliahan dengan menambahkan variabel tersebut diharapkan peneliti dapat menganalisis dampak langsung dari minat berusaha.

## DAFTAR RUJUKAN

- Afifi, Z., & Zazuli, A. (2020). Analisis Kemandirian Usaha Mahasiswa Melalui Inovasi Produk, Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Minat Berwirausaha. *Jbti Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 11(1), 73–82.
- Aprilianty, E. (2012). Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 02, 311–323.
- Ardyan, E., Putri, O. T., & Surakarta, S. (2016). Dampak Positif Seorang Wirausaha Yang Memiliki Kompetensi Kewirausahaan Pada Kesuksesan Inovasi Produk Dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Kewirausahaan Dan Usaha Kecil Menengah*, 1(1), 11–19.
- Hadiyati, E. (2011). *Kreativitas Dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>
- Harisandi, P. (2023). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Alfabeta-Alfamart. *Mukadimah, Jurnal Pendidikan, Sejarah Dan Ilmu Ilmu Sosial*, 07, 173–179. <https://doi.org/10.30743/mkd.v7i1.6712>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*.
- Luh, N., Widya, W., Jurusan, P., Ekonomi, P., & Ekonomi, F. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(7), 137–148.
- Musriza Harahap, I., Putra Berutu, E., Agustina, I., Sinaga, R., & Negeri Medan, P. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha Percetakan Di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 510(2), 510–526. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i2.761>
- Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*, 18(1), 35–46.

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Saragih, R. (2017). A Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(Desember). [Http://Jklmii.Org](http://jklmii.org)
- Supriaman, S. (2019). Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Politeknik Lp3i Jakarta. In *Jakarta Gedung Sentra Kramat Jl. Kramat Raya* (Vol. 8, Issue 1).
- Vanessa Djodjoko, V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, 2(3), 1214–1329.
- Wiratno, S. (2012). *The Implemtation Of Enterpreneurship Education In The Higher Education*