

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG RESIKO USAHA, PERKEMBANGAN MEDIA
SOSIAL DAN MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI
FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG TAHUN 2022**

(Skripsi)

Oleh

**Erlin Rahmawati Dewi
NPM 1913031005**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI TENTANG RESIKO USAHA, PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL DAN MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG TAHUN 2022

By

ERLIN RAHMAWATI DEWI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang resiko usaha, perkembangan media sosial, dan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022. Metode dalam penelitian ini menggunakan *deskriptif verifikatif*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif pendidikan ekonomi angkatan 2019 FKIP Universitas Lampung tahun 2022 dengan jumlah sebanyak 60 mahasiswa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh dengan seluruh populasi dijadikan sebagai sampel. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dan F serta diolah dengan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh persepsi tentang resiko usaha, perkembangan media sosial, dan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022 dengan kadar determinasi sebesar 0,756 atau 75,6% minat berwirausaha mahasiswa dipengaruhi oleh persepsi tentang resiko usaha, perkembangan media sosial, dan mata kuliah kewirausahaan, serta sisanya sebesar 24,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Persepsi Tentang Resiko Usaha, Perkembangan Media Sosial, Mata Kuliah Kewirausahaan, Minat Berwirausaha

ABSTRACT

THE EFFECT OF PERCEPTIONS ABOUT BUSINESS RISK, SOCIAL MEDIA DEVELOPMENT, AND ENTREPRENEURSHIP COURSES ON INTEREST IN ENTREPRENEURSHIP IN ECONOMIC EDUCATION STUDENTS FKIP LAMPUNG UNIVERSITY IN 2022

By

ERLIN RAHMAWATI DEWI

This study aims to determine the effect of perceptions of business risk, social media development, and entrepreneurship courses on entrepreneurial interest in economic education students FKIP Lampung University in 2022. The method in this study uses descriptive verification. The population in this study were active students of economic education class 2019 FKIP Lampung University in 2022 with a total of 60 students. The sample used in this study used a saturated sample with the entire population as the sample. Collecting data using a questionnaire. Hypothesis testing was carried out by t and F tests and processed by the SPSS program. The results of the analysis show that there is an influence of perceptions about business risk, social media development, and entrepreneurship courses on entrepreneurial interest in economic education students FKIP Lampung University in 2022 with a level of determination of 0.756 or 75.6% interest in entrepreneurship students is influenced by perceptions of business risk. , the development of social media, and entrepreneurship courses, and the remaining 24.4% is influenced by other variables not examined.

Keywords : Perception of Business Risk, Development of Social Media, Entrepreneurship Course, Interest in Entrepreneurship

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG RESIKO USAHA, PERKEMBANGAN MEDIA
SOSIAL DAN MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI
FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG TAHUN 2022**

Oleh

Erlin Rahmawati Dewi

(Skripsi)

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANAN PENDIDIKAN**

Pada

**Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi

**: PENGARUH PERSEPSI TENTANG RESIKO USAHA,
PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL DAN MATA
KULIAH KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG
TAHUN 2022**

Nama Mahasiswa

: Erfin Rahmawati Dewi

Nomor Pokok Mahasiswa : **1913031005**

Program Studi

: Pendidikan Ekonomi

Jurusan

: Pendidikan IPS

Fakultas

: Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Pembimbing Utama

Pembimbing Pembantu

Drs. Nurdin, M.Si.

NIP 19600817 198603 1 003

Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd.

NIP 19851009 201404 2 002

2. Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan
Ilmu Pengetahuan Sosial

Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi

Drs. Tedi Rusman, M.Si.

NIP 19600826 198603 1 001

Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd.

NIP 19770808 200604 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

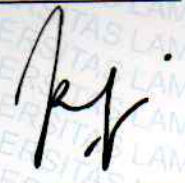
Ketua

: Drs. Nurdin, M.Si.



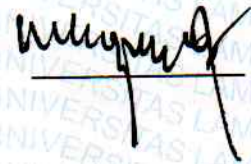
Sekretaris

: Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd.



Penguji

Bukan Pembimbing : Drs. I Komang Winatha, M.Si.



Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunyono, M.Si.

NIP 19651230 199111 1 001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Januari 2023



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, TEKNOLOGI
DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS LAMPUNG**

JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1 Gedung Meneng - Bandar Lampung 35145

Telepon (0721) 704624, Faximile (0721) 704624

e-mail: fkip@unila.ac.id, laman: <http://fkip.unila.ac.id>

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erlin Rahmawati Dewi
NPM : 1913031005
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 26 Januari 2022



Erlin Rahmawati Dewi
1913031005

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Erlin Rahmawati Dewi dan biasa dipanggil Erlin. Penulis lahir di Bandar Lampung, 11 Januari 2001. Penulis adalah anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sukirno dan Ibu Husnul Khotimah.

Berikut pendidikan formal yang pernah ditempuh :

1. Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Perumnas Way Halim, lulus pada tahun 2013
2. Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 19 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2016
3. Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 15 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2019
4. Pada tahun 2019 penulis diterima sebagai mahasiswa Pendidikan Ekonomi Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN.

Pada tahun 2022, penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Bakung Kecamatan Teluk Betung Barat Bandar Lampung dan Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di SMP Negeri 15 Bandar Lampung. Pada tanggal 26 Agustus 2022 penulis melaksanakan seminar proposal, kemudian 08 November 2022 seminar hasil dan ujian komprehensif pada tanggal 26 Januari 2023.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Wa Syukurillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan untuk segala urusan serta memberikan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis mempersembahkan karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih sayang kepada:

Kedua Orang Tuaku

Ibu saya tercinta Almarhumah Husnul Khotimah tidak pernah putus doa dilantunkan untuk mu ibu, yang telah melahirkan dan membesarkan saya, serta tak lupa akan pesanmu yang selalu memberikan semangat kepada kedua anaknya untuk tetap melanjutkan pendidikan setinggi mungkin dan saya yakin Ibu bangga melihatku sekarang ini dari surga-Nya. Ayah saya Sukirno tercinta yang telah merawat, membesarkan serta mendidik dengan penuh kasih dan sayang hingga saat ini, dan tanpa lelah sudah memberikan dukungan atas semua keputusan dan pilihan dalam hidup.

Kakakku

Terimakasih atas semangat dan support yang diberikan. Semoga kita dapat selalu melengkapi dan menjaga satu sama lain.

Bapak Ibu Guru dan Dosen Pengajarku

Terimakasih atas segala ilmu, bimbingan serta arahan yang diberikan selama ini. Semoga Allah SWT selalu memberi kesehatan serta kemudahan dalam segala hal.

Sahabat-sahabatku

Terimakasih telah menerima segala kekurangan dan kelebihanku, mewarnai hari-hariku, menemaniku disaat suka dan duka, memberikan motivasi, menjadi tempat berkeluh kesah, berbagi pengalaman dan cerita. Terimakasih atas kebersamaannya.

Almamater Tercinta
Universitas Lampung

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al-Baqarah: 286)

“Untuk mendapatkan apa yang Anda sukai, pertama Anda harus bersabar dengan apa yang Anda benci.”

(Imam Al Ghazali)

“Masa depan tergantung pada apa yang kamu lakukan hari ini”

(Mahatma Gandhi)

“Keberhasilan bukan milik orang pintar. Keberhasilan milik mereka yang terus berusaha”.

(B. J. Habibie)

Kesempatan bukan suatu hal yang kebetulan, kau harus mencari dan menemukannya.

(Erlin Rahmawati Dewi)

SANWACANA

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Tentang Resiko Usaha, Perkembangan Media Sosial dan Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung Tahun 2022” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan di Universitas Lampung. Shalawat serta salam senantiasa kita sanjungkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, semoga kita mendapat Syafaatnya kelak di yaumul akhir.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari motivasi, bimbingan serta bantuan masukan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih secara tulus, kepada:

1. Rektor, Wakil Rektor, segenap Pimpinan dan jajaran Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Sunyono, M.Si. selaku Dekan FKIP Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Riswandi, M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama FKIP Universitas Lampung.
4. Bapak Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan FKIP Universitas Lampung.
5. Bapak Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni FKIP Universitas Lampung.
6. Bapak Drs. Tedi Rusman, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung. Terima kasih telah bersedia mengajarkan, membimbing, memotivasi, sehingga penulis bisa sampai di tahap menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, kemudahan dan senantiasa melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada Bapak dan keluarga.

7. Ibu Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung yang telah bersedia mengarahkan dan memotivasi
8. kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan serta melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada ibu dan keluarga.
9. Bapak Drs. Nurdin, M.Si. selaku dosen Pembimbing I yang telah bersedia mengarahkan, memberi kritik dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih bapak atas segala arahan dan bimbingannya, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan serta melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada bapak dan keluarga.
10. Ibu Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd. selaku dosen Pembimbing II yang telah bersedia membimbing, meluangkan waktu, memotivasi serta memberi kritik dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih ibu atas segala arahan dan bimbingannya, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan serta melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada ibu dan keluarga.
11. Bapak Drs. I.Komang Winatha, M.Si. selaku dosen Pembahas yang telah bersedia mengarahkan, memberi kritik dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih bapak atas semua arahan yang diberikan, semoga bapak dan keluarga senantiasa diberikan kesehatan dan kemudahan dalam segala urusan.
12. Bapak dan Ibu dosen Pendidikan Ekonomi yakni, Dr. Erlina Rufaidah, M.Si., Drs. Yon Rizal, M.Si, Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd., Dr. Atik Rusdiani, M.Pd. I., Suroto, S.Pd., M.Pd., Rahmawati, S.Pd., M.Pd., Fanni Rahmawati, S.Pd., M.Pd., dan Widya Hestiningtyas, S.Pd., M.Pd. Terima kasih atas ilmu yang diberikan, semoga Allah senantiasa melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada bapak dan ibu.
13. Terima kasih kepada Bapak Ibu dosen serta staf dan karyawan Universitas Lampung yang telah membantu dalam mengurus segala persyaratan selama perkuliahan.
14. Teristimewa untuk kedua orang tuaku tersayang yaitu Bapak Sukirno dan Ibu Husnul Khotimah. Ku ucapkan terima kasih yang tak terhingga untuk bapak

dan ibu yang telah merawat, membesarkan, mendidik, memberi kasih sayang, dan mendoakanku di setiap sujudnya. Terima kasih atas segala pengorbanan yang dilakukan untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhanku. Terima kasih bapak, dirimu yang selalu mengajarkanku untuk selalu bersyukur, lebih sabar dalam menghadapi apapun masalah yang ada, mengajarkanku untuk selalu menerima dan memaafkan apapun yang terjadi dalam kehidupan. Terima kasih juga untuk ibu yang sudah berjuang bertaruh nyawa untuk melahirkanku, membesarkan diriku, yang selalu mengajarkan arti sabar, terima kasih untuk semua nilai-nilai kehidupan yang engkau ajarkan kepadaku hingga akhir hayatmu, maafkan anak mu ini ibu. Terima kasih atas segala nasihat, pengalaman dan pembelajaran yang diberikan selama ini. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan, diberikan umur yang panjang, selalu dalam lindungan Allah SWT dan untuk ibu, semoga ibu diberikan tempat yang terbaik disisinya kelak Erlin bisa membahagiakan dan membanggakan kalian, Aamiin.

15. Kakak ku Ari Prastiyanto yang telah memberi semangat, mendoakan dan menjadi penghibur di rumah, memberi keceriaan. Semoga kita selalu dapat mendukung satu sama lain, mencapai cita-cita, dan kelak membahagiakan bapak dan ibu.
16. Bunda Tri Handayani yang telah memberikan semangat, dukungan, serta doa-doa terbaikmu untuk keberhasilan dan kelancaran diriku dalam menggapai cita-cita. Semoga bunda selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT, Aamiin.
17. Terima kasih untuk Jaya dan Angkasa, teman akrab dari semester satu hingga akhir, yang pertama tahu diriku mendapat acc untuk seminar proposal, menemani bimbingan hingga seminar proposal dan hasil, Terima kasih untuk Jaya dan Angkasa, semoga kalian diberi kelancaran serta harapan yang diinginkan terwujud.
18. Terima kasih untuk sahabat-sahabat ku (Fitria, Marini, Shinta, dan Ani) sudah menjadi teman, kakak, adik, saudara yang baik selama 6 tahun, berbagi pengalaman, berkeluh kesah selama ini, saling mendukung dan memberi semangat. Semoga silaturahmi kita bisa selalu terjalin.

19. Teman-teman Pendidikan Ekonomi 2019 yang sama-sama sudah berjuang sejak maba hingga satu persatu sudah melaksanakan seminar. Terima kasih atas segala kebersamaan kita, mulai dari yel-yel, desa binaan, EEF, hingga musyawarah besar ASSETS kita pulang sama-sama di malam hari. Terutama untuk kelas A, terimakasih atas berbagai macam tingkah laku selama di kelas baik yang menghibur atau menyebalkan. Semoga kita semua diberi kelancaran untuk menyelesaikan skripsi ini, Aamiin.
20. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung semoga dapat menjadi nilai ibadah.

Bandar Lampung, Januari 2023

Penulis
Erlin Rahmawati Dewi

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang dan Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	12
II. TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Minat Berwirausaha	13
2.1.1 Pengertian Minat.....	13
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat	13
2.1.3 Cara Meningkatkan Minat	14
2.1.4 Pengertian Wirausaha	14
2.1.5 Ciri-ciri dan Karakteristik Wirausaha.....	15
2.1.6 Pengertian Minat Berwirausaha.....	15
2.1.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha	16
2.1.8 Indikator Minat Berwirausaha	16
2.2 Persepsi Tentang Resiko Usaha	17
2.2.1 Pengertian Persepsi	17
2.2.2 Pengertian Resiko Usaha	17
2.2.3 Indikator Persepsi Tentang Resiko Usaha	18
2.3 Perkembangan Media Sosial	19
2.3.1 Pengertian Media Sosial dan Jenis-jenis Media Sosial	19
2.3.2 Perkembangan Media Sosial di Indonesia.....	20
2.3.3 Dampak Perkembangan Media Sosial	22
2.3.4 Manfaat Perkembangan Media Sosial	23
2.3.5 Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial.....	24
2.3.6 Ciri-ciri Media Sosial	25
2.3.7 Indikator Perkembangan Media Sosial.....	25
2.4 Mata Kuliah Kewirausahaan	25
2.4.1 Mata Kuliah Kewirausahaan.....	25
2.4.2 Alasan Perlunya Diajarkan Mata Kuliah Kewirausahaan	27
2.4.3 Indikator Mata Kuliah Kewirausahaan.....	28

2.5 Penelitian yang Relevan	28
2.6 Grand Teori	35
2.7 Kerangka Pikir	38
2.8 Paradigma Penelitian.....	39
2.9 Hipotesis Penelitian.....	40
III. METODE PENELITIAN	41
3.1 Metode Penelitian.....	41
3.2 Sumber Data.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4 Teknik Pengolahan Data	44
3.5 Populasi dan Sampel	44
3.6 Variabel Penelitian	45
3.7 Definisi Konseptual Variabel.....	46
3.8 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.9 Teknik Analisis Data.....	47
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	60
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung	60
4.1.2 Visi dan Misi Program Studi Pendidikan Ekonomi.....	61
4.1.3 Tujuan dan Sasaran Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.....	62
4.2 Gambaran Umum Penelitian	63
4.3 Deskripsi Data	63
4.4 Uji Asumsi Klasik	73
4.5 Pengujian Hipotesis.....	78
4.6 Pembahasan	86
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	99
4.8 Keterbatasan Penelitian	100
V. SIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Simpulan.....	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Kuesioner Pendahuluan Minat Berwirausaha.....	3
2. Data Kuesioner Pendahuluan Persepsi tentang Resiko Usaha	4
3. Data Kuesioner Pendahuluan Perkembangan Media Sosial.....	6
4. Penelitian yang Relevan	29
5. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Relevan dengan Penelitian ini	32
6. Definisi Operasional Variabel	47
7. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Resiko Usaha (X_1)	49
8. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Perkembangan Media Sosial (X_2) ..	50
9. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Mata Kuliah Kewirausahaan (X_3) ..	50
10. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)	51
11. Interpretasi Reliabilitas Instrumen	52
12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi tentang Resiko Usaha (X_1)	53
13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perkembangan Media Sosial (X_2)	53
14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Mata Kuliah Kewirausahaan (X_3)	54
15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)	54
16. Daftar Nama Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.	60
17. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Tentang Resiko Usaha (X_1)	65
18. Kategori Variabel Persepsi Tentang Resiko Usaha (X_1)	65
19. Distribusi Frekuensi Variabel Perkembangan Media Sosial (X_2)	67
20. Kategori Variabel Perkembangan Media Sosial (X_2)	68
21. Distribusi Frekuensi Variabel Mata Kuliah Kewirausahaan (X_3)	69
22. Kategori Variabel Mata Kuliah Kewirausahaan (X_3)	70
23. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha (Y)	72
24. Kategori Variabel Minat Berwirausaha (Y)	72
25. Hasil Uji Linearitas Regresi	74
26. Hasil Uji Multikolinearitas	75

27. Hasil Uji Autokorelasi.....	76
28. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
29. Uji Regresi Linear Sederhana dengan Menggunakan Nilai t.....	78
30. Rekapitulasi Koefisien R Square.....	78
31. Hasil Uji Pengaruh Persepsi tentang Resiko Usaha (X_1), Perkembangan Media Sosial (X_2), dan Mata Kuliah Kewirausahaan (X_3) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)	82
32. Koefisien Regresi Pengaruh Persepsi tentang Resiko Usaha (X_1), Perkembangan Media Sosial (X_2), dan Mata Kuliah Kewirausahaan (X_3) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)	83
33. ANOVA Uji Hipotesis Persepsi tentang Resiko Usaha (X_1), Perkembangan Media Sosial (X_2), dan Mata Kuliah Kewirausahaan (X_3) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Diagram Batang Hasil Pemilihan Mata Kuliah Peminatan	3
2. Diagram Survei Pendahuluan Mata Kuliah Kewirausahaan	8
3. Model Teoritis Pengaruh Variabel X_1 , X_2 , X_3 terhadap Y	40
4. Kurva Hasil Durbin-Watson	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Izin Penelitian	110
2. Surat Balasan Izin Penelitian.....	111
3. Hasil Kuesioner Pemilihan Mata Kuliah Peminatan	112
4. Kuesioner Penelitian Pendahuluan	114
5. Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan	116
6. Kisi-Kisi Angket.....	117
7. Kuesioner Penelitian.....	120
8. Teks Wawancara Kepada Responden	123
9. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian.....	124
10. Uji Validitas Instrumen	126
11. Uji Reliabilitas.....	136
12. Uji Asumsi Klasik	138
13. Uji Hipotesis.....	141
14. Kuesioner Pendahuluan	143
15. Kuesioner Penelitian	144
16. Dokumentasi Wawancara Responden.	145

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Kewirausahaan menjadi perhatian yang sangat penting dalam hal produktivitas dan inovasi untuk menghadapi tantangan globalisasi (Sukirman dan Afifi, 2021). Sejalan dengan hal itu kewirausahaan sudah menjadi topik utama dalam dunia bisnis dan akademis. Pada dunia akademis salah satunya perguruan tinggi, dimana sebagian mahasiswa masih memandang rendah kewirausahaan. Banyak peluang serta potensi yang seharusnya dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk menambah ilmu pengetahuan, namun sayangnya hal ini belum dimanfaatkan seutuhnya, sehingga banyak kesempatan yang dilewatkan oleh mahasiswa. Sedangkan dalam ranah ekonomi, dunia kewirausahaan menjadi bagian dari pencipta lapangan pekerjaan yang dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya. Semakin bertambahnya jumlah pengusaha, maka semakin banyak lapangan pekerjaan yang diciptakan sehingga masyarakat dapat memperoleh pekerjaan dan mendapatkan penghasilan.

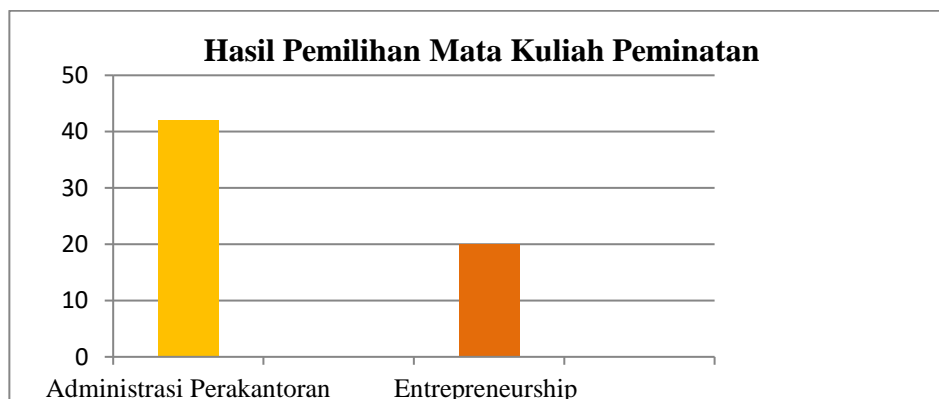
Menurut data (GED, 2019) peringkat *Global Entrepreneur Index* (GEI) negara Indonesia menduduki posisi ke-75 dari 137 negara, hal ini diukur berdasarkan tingkat pembangunan suatu negara, yang diukur dengan PDB per kapita. GEI terdiri dari tiga blok sub-indeks yang disebut sebagai 3A yaitu, sikap kewirausahaan, kemampuan kewirausahaan, dan aspirasi kewirausahaan. Indikator ini dirancang untuk mengukur sikap, sumber daya, dan infrastruktur yang membentuk ekosistem kewirausahaan suatu negara. Dengan kata lain, hal ini mewakili kesehatan ekosistem kewirausahaan suatu negara. Menurut laporan *US News and World Report* dalam *2019 Best Countries*, Indonesia dan Filipina menduduki peringkat kedua terendah dalam dimensi kewirausahaan pada tahun 2018 dengan perolehan skor 0,7 dari skala 10 (Jayani, 2019).

Berdasarkan hasil *tracer study* FKIP program studi Pendidikan Ekonomi tahun 2019 menyajikan data, bahwa hanya terdapat 6% alumni Mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang memilih untuk berwirausaha (CCED, 2020). Setiap pekerjaan yang dipilih oleh alumni didasarkan pada banyaknya pertimbangan, banyak alumni yang bekerja sesuai dengan bidang yang ditempuh saat di perkuliahan, namun tidak sedikit alumni menyimpang dari bidang studi yang telah ditempuh. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempersiapkan mahasiswa memasuki dunia kerja, yaitu dengan menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa di perguruan tinggi yang akan menjadi calon lulusan Sarjana, sehingga para lulusan muda memiliki gambaran untuk memulai usaha sendiri atau menjadi tenaga pendidik.

Menurut Wibowo, dkk., (2021) menyatakan bahwa minat berwirausaha merupakan kemampuan dalam menggunakan keterampilan untuk memulai bisnis baru dengan kesanggupan yang ada dalam diri. Sedangkan menurut Veryani, dkk., (2020) minat berwirausaha merupakan keinginan setiap orang untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Jadi yang dimaksud dengan minat berwirausaha merupakan keinginan, ketertarikan, kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkeinginan keras untuk belajar dari kegagalan.

Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung memiliki visi menjadi perguruan tinggi terbaik yang ada di Sumatera pada tahun 2025 dan menghasilkan tenaga pendidik dan kependidikan yang berkualitas, berintegritas, dan berdaya saing tinggi serta berjiwa *entrepreneur*. Untuk itu peneliti memiliki keinginan untuk mengetahui bagaimana *skill* dan jiwa seorang *entrepreneur* yang ada pada mahasiswa pendidikan ekonomi dengan mengaitkan variabel persepsi tentang resiko usaha, perkembangan sosial media, dan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung Tahun 2022. Maka peneliti memulai dengan mengamati

hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 mengenai pemilihan mata kuliah peminatan dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Batang Hasil Pemilihan Mata Kuliah Peminatan.

Sumber: Hasil Kuesioner Pemilihan Mata Kuliah Peminatan, 2022

Berdasarkan Gambar 1. dapat diketahui bahwa terdapat hasil yang menunjukkan terdapat 42 mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 yang memilih peminatan administrasi perkantoran dan hanya terdapat 20 mahasiswa pendidikan ekonomi yang memilih peminatan *entrepreneurship*. Jika dipresentasikan 67,8% mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019 memilih mata kuliah peminatan administrasi perkantoran dan 32,2% mahasiswa pendidikan ekonomi memilih mata kuliah *entrepreneurship*.

Tabel 1. Data Kuesioner Pendahuluan Minat Berwirausaha

No.	Indikator	Skor Pilihan Jawaban		
		Baik	Cukup	Kurang
1.	Berwirausaha lebih menantang daripada menjadi karyawan	10	8	12
2.	Memiliki niat untuk mendirikan usaha sendiri	15	12	3
3.	Lebih percaya diri bila mempunyai suatu usaha sendiri	10	15	5
4.	Senang merencanakan target-target yang harus dicapai	19	11	0
Jumlah Persentase (%)		45	38,33	16,67

Sumber: Hasil Kuesioner Pendahuluan, 2022

Kuesioner diisi oleh 30 orang mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2019, diketahui bahwa terdapat 12 mahasiswa yang kurang tertarik untuk menjadi seorang wirausahawan, 15 mahasiswa memiliki niat untuk mendirikan usaha, 15 mahasiswa merasa cukup percaya diri apabila memiliki usaha sendiri, dan 19 mahasiswa sudah mampu untuk merencanakan target yang ingin dicapainya. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketertarikan atau minat mahasiswa terhadap kewirausahaan masih tergolong rendah.

Penyebab rendahnya minat berwirausaha, disebabkan oleh kurangnya kreativitas dan rasa percaya diri dalam mengelola usaha tersebut. Sebagai seorang mahasiswa yang ingin berwirausaha harus mampu untuk mengambil resiko yang tepat, pandai mengambil langkah untuk membuat perubahan, dan membangun kekuatan dalam diri. Menurut Winowod Sepang dan Tawas (2018) resiko bagi wirausahawan merupakan kombinasi probabilitas suatu kejadian dengan konsekuensi atau akibat yang dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Maka dengan ini, untuk dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha, calon wirausahawan harus memiliki keberanian dan tekad berwirausaha yang sungguh-sungguh.

Tabel 2. Data Kuesioner Pendahuluan Persepsi tentang Resiko Usaha

No.	Indikator	Skor Pilihan Jawaban		
		Baik	Cukup	Kurang
1.	Berani mengambil resiko dalam segala sesuatu yang terjadi dalam usaha	17	10	3
2.	Berani menghadapi tantangan yang terjadi dalam usaha	15	11	4
3.	Memiliki rencana kerja yang penuh dengan perhitungan	8	15	7
4.	Tidak mudah putus asa	21	9	0
Jumlah Persentase (%)		50,83	37,5	11,67

Sumber: Hasil Kuesioner Pendahuluan, 2022

Berdasarkan Tabel. 2 dapat diketahui bahwa terdapat beberapa pertanyaan yang mengacu pada indikator penelitian persepsi tentang resiko usaha, sebanyak 17 mahasiswa memiliki keberanian yang baik dalam mengambil sebuah resiko, 15 mahasiswa memiliki keberanian dalam menghadapi

tantangan, 15 mahasiswa memiliki perhitungan yang cukup dalam rencana kerja, dan tidak terdapat mahasiswa yang memiliki rasa keputusasaan dalam usaha.

Jika menggunakan persentase terdapat 11,67% mahasiswa masih kurang matang dalam persepsi mengenai resiko usaha, 37,5% mahasiswa sudah cukup matang dalam memahami persepsi resiko usaha dan 50,83% mahasiswa Pendidikan Ekonomi sudah baik dalam memahami persepsi tentang resiko usaha. Pengambilan risiko dalam konteks kewirausahaan dapat diartikan sebagai tindakan mengambil keputusan berdasarkan konsekuensi baik dan buruk yang mungkin terjadi di masa depan untuk memajukan bisnis. Bagi para pengusaha muda, harus mampu menerima atau menanggung beban dalam menjalankan usaha kecil-kecilan bagaimanapun resikonya. Sudah selayaknya seorang wirausahawan memiliki kemampuan dalam memprediksi resiko yang akan terjadi dalam menjalankan usahanya dan seseorang tersebut mampu untuk menghadapi resiko tersebut.

Sebagai intelek muda, mahasiswa yang sebagian banyak sudah terbuka dengan adanya Teknologi dan Informasi (IT) diharapkan mampu memanfaatkan perkembangan teknologi yang menghadirkan media sosial. Media sosial telah merubah pola pikir mahasiswa dalam berwirausaha. Dimana dengan adanya media sosial dapat mempermudah dalam memasarkan produk lebih luas tanpa memerlukan biaya tinggi. Selain itu, salah satu akses yang dapat dimanfaatkan secara baik dan positif serta memberikan keuntungan berupa pendapatan bagi penggunanya, yakni membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan kegiatan bisnis, memasarkan produk secara cepat, meminimalisir pengeluaran biaya, serta mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan.

Masyarakat dapat memanfaatkan media sosial untuk kegiatan wirausaha. Peluang dalam menjalankan usaha secara online semakin terbuka, tidak hanya para pelaku usaha, melainkan seluruh kalangan masyarakat dapat

memanfaatkan peluang ini. Dengan adanya kemudahan yang ditawarkan, media sosial merupakan alat yang sudah selayaknya dimanfaatkan dalam mempermudah proses berwirausaha.

Tabel 3. Data Kuesioner pendahuluan Perkembangan Media Sosial

No.	Indikator	Skor Pilihan Jawaban		
		Baik	Cukup	Kurang
1.	Memanfaatkan fitur media sosial dalam melakukan kegiatan sehari-hari	22	8	0
2.	Menggunakan dan memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi	20	10	0
3.	Memahami setiap perkembangan yang terjadi pada media sosial	19	11	0
4.	Mengikuti perubahan dan belajar mengoperasikan media sosial yang baru	21	9	0
Jumlah Persentase (%)		68,33	31,67	0

Sumber: Hasil Kuesioner Pendahuluan, 2022

Berdasarkan Tabel. 3 dapat dilihat bahwa terdapat pertanyaan-pertanyaan terkait indikator perkembangan sosial media, sebesar 68,33% mahasiswa Pendidikan Ekonomi sudah masuk dalam kategori baik. Besarnya nilai persentase tersebut dapat menggambarkan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi sudah baik dalam mengikuti perkembangan media sosial yang ada tetapi masih perlu ditingkatkan kembali untuk memaksimalkan manfaat yang dapat dirasakan mahasiswa.

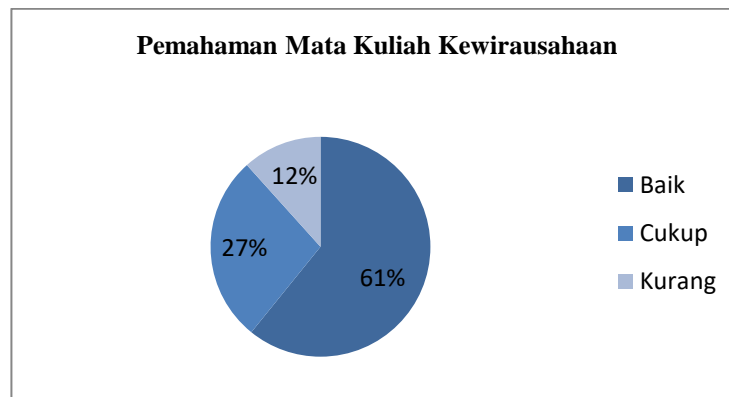
Media sosial dapat menghubungkan satu individu dengan individu yang lain agar menjadi mudah dan praktis. Dengan hadirnya media sosial dan periklanan, penjualan menjadi lebih mudah, murah, efektif dan efisien, sehingga media sosial menekankan penggunaan teknologi informasi sebagai sarana untuk membangun pasar yang ditargetkan untuk bisnis online. Pada praktiknya, penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa masih kurang dimanfaatkan dengan baik, sehingga mahasiswa masih kurang tergugah untuk terjun dalam dunia usaha.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyebutkan bahwa penggunaan internet di Indonesia saat ini telah mencapai 202,35 juta orang. Dari angka tersebut berarti 76,8 persen dari jumlah masyarakat Indonesia telah menggunakan media sosial. (TribunNews.co, 2022). Perkembangan media sosial di Indonesia, tidak lepas dari peran teknologi *digital networking* dunia. Teknologi sosial media telah diadopsi dengan begitu cepat dan terus tersebar luas yang mana pada akhirnya manusia di berbagai belahan dunia dapat menemukan teman, rekan usaha, hingga kemudahan dalam mengakses informasi. Dengan memanfaatkan media sosial, seorang pengusaha tidak harus memiliki toko untuk memamerkan barang dagangan yang dimilikinya, namun semuanya dapat dilakukan secara *online* melalui media sosial baik secara gratis maupun berbayar. Strategi ini dapat digunakan untuk menurunkan biaya operasional yang dikeluarkan bagi para pelaku usaha, sekaligus dapat memudahkan konsumen dari berbagai wilayah untuk menemukan produk yang dicarinya.

Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung, sudah menerapkan mata kuliah kewirausahaan. Mata kuliah kewirausahaan sudah masuk dalam kurikulum yang mewajibkan mahasiswa menempuh pendidikan kewirausahaan dimana materi dan bahan ajarnya dapat mendukung perkembangan wirausaha. Manurung, (2008) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan suatu tindakan yang dilakukan seseorang untuk menciptakan, mengelola, dan menentukan resiko sebuah usaha.

Zimmerer (dalam Muklis, dkk., 2021), penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan merupakan peran Universitas dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan di suatu negara. Tingkat intensitas berwirausaha mahasiswa yang pernah mendapatkan pendidikan kewirausahaan lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang belum pernah mendapatkan pendidikan kewirausahaan. Silvia (dalam Muklis, dkk., 2021). Maka dari itu pihak perguruan tinggi perlu menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang

tidak hanya sebatas materi, namun juga pembelajaran dapat dipraktikkan berdasarkan ilmu yang telah didapatkan, serta dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha. Selama ini pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi generasi muda dalam menumbuhkan dan meningkatkan semangat berwirausaha.



Gambar 2. Diagram Survei Pendahuluan Mata Kuliah Kewirausahaan.

Sumber: Hasil Kuesioner Pendahuluan, 2022

Berdasarkan Gambar 2. indikator mata kuliah kewirausahaan, didapatkan nilai persentase sebesar 11,67% mahasiswa pendidikan ekonomi masih kurang menguasai mata kuliah kewirausahaan yang ada atau sebesar 27,5% mahasiswa pendidikan ekonomi sudah cukup dalam memahami mata kuliah kewirausahaan, dan sebesar 60,83% mahasiswa pendidikan ekonomi sudah baik dalam memahami mata kuliah kewirausahaan. Besarnya persentase kategori baik masih perlu ditingkatkan kembali guna memperbaiki pemahaman mahasiswa pada mata kuliah kewirausahaan.

Menurut Lubis (dalam Hasan, dkk., 2022), pendidikan kewirausahaan merupakan bagian dari proses mempersiapkan seseorang untuk mengenali peluang komersial dan wawasan, harga diri, keterampilan dan pengetahuan untuk berjalan sesuai pemikirannya sendiri. Pendidikan kewirausahaan ini tidak hanya bertujuan mengubah jiwa atau sikap agar memenuhi kriteria seorang wirausahawan, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan keterampilan

dan keahlian tertentu sehingga dapat mendukung seseorang atau suatu masyarakat dalam berwirausaha. Namun, dalam proses penyaluran ilmu hanya sebatas pada penyampaian materi serta kurang dalam mengembangkan praktik di lapangan. Oleh karena itu, diharapkan melalui mata kuliah kewirausahaan para mahasiswa dapat termotivasi dan memiliki arah pandang agar setelah lulus dari perguruan tinggi mahasiswa dapat menciptakan pekerjaan, dimana para lulusan Sarjana diharapkan mampu menjadi wirausahawan muda yang terdidik dan dapat merintis usahanya sendiri.

Melihat beberapa permasalahan diatas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan fokus penelitian untuk mengetahui pengaruh antara persepsi tentang resiko usaha, perkembangan media sosial, dan mata kuliah kewirausahaan. Karena dengan memahami persepsi tentang resiko usaha, perkembangan sosial media dan mata kuliah kewirausahaan, diharapkan mahasiswa dapat semakin tertarik untuk mencoba berwirausaha. Oleh sebab itu peneliti merekomendasikan judul yang hendak diteliti yaitu **“Pengaruh Persepsi Tentang Resiko Usaha, Perkembangan Media Sosial, dan Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung Tahun 2022”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan identifikasi masalah yang berkaitan dengan pembahasan diatas adalah:

1. Rendahnya minat berwirausaha ditunjukkan dari belum banyaknya mahasiswa yang memulai untuk membuat usahanya sendiri, sehingga belum adanya pengembangan dari kemampuan dan pengetahuan yang didapatkan mahasiswa Pendidikan Ekonomi.
2. Belum maksimalnya pengetahuan mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung dalam memahami dan memaknai arti dari kewirausahaan, yang mana hal tersebut dapat menambah stimulus mahasiswa untuk berwirausaha.

3. Kurangnya perencanaan yang dimiliki dari pengetahuan resiko usaha yang telah diketahui, mengakibatkan timbulnya rasa takut dan rasa akan kegagalan dalam diri mahasiswa untuk dapat memulai dan menciptakan usahanya sendiri.
4. Kurangnya rasa percaya diri untuk berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung mengakibatkan rendahnya minat dalam berwirausaha.
5. Perkembangan media sosial yang pesat untuk memberikan kemudahan, sangat penting dan dapat dimanfaatkan untuk mempermudah dalam proses berwirausaha.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini hanya dibatasi oleh variabel persepsi tentang resiko usaha (X_1), perkembangan media sosial (X_2), mata kuliah kewirausahaan (X_3), dan minat berwirausaha (Y). Tujuan dari pembatasan masalah ini adalah agar penelitian menjadi lebih terarah sehingga didapatkan gambaran yang lebih jelas dengan data yang akurat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti membuat beberapa rumusan masalah, yakni sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi tentang resiko usaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022?
2. Apakah terdapat pengaruh antara perkembangan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022?
3. Apakah terdapat pengaruh antara mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022?

4. Apakah terdapat pengaruh persepsi tentang resiko usaha, perkembangan sosial media, dan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung Tahun 2022?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah di atas maka tujuan dari diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh antara persepsi tentang resiko usaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022.
2. Mengetahui pengaruh antara perkembangan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022.
3. Mengetahui pengaruh antara mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022.
4. Mengetahui pengaruh persepsi tentang resiko usaha, perkembangan sosial media, dan mata kuliah kewirausahaan secara simultan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung Tahun 2022.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi dunia pendidikan dan memberikan sumbangan dalam ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang kewirausahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran yang lebih mendalam untuk menambah ilmu pengetahuan baru mengenai

minat mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung untuk berwirausaha dan pentingnya berwirausaha.

b. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan acuan serta referensi untuk penelitian berikutnya terkait minat berwirausaha.

c. Bagi Masyarakat Umum

Memberikan kesadaran bagi berbagai kalangan, khususnya para mahasiswa untuk mendapatkan gambaran mengenai pentingnya berwirausaha dan bagaimana minat mahasiswa menjadi seorang wirausahawan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Objek Penelitian

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah persepsi resiko usaha (X_1), perkembangan sosial media (X_2), mata kuliah kewirausahaan (X_3), dan minat berwirausaha (Y).

2. Subjek Penelitian

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 FKIP Universitas Lampung.

3. Tempat Penelitian

Ruang lingkup tempat penelitian ini adalah Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.

4. Waktu Penelitian

Ruang lingkup waktu dalam penelitian ini adalah tahun 2022/2023.

5. Bidang Ilmu

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah ilmu ekonomi khususnya kewirausahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Minat Berwirausaha

2.1.1 Minat

Minat adalah sumber dari hasil pengamatan dengan lingkungan, atau hasil interaksi dan pembelajaran dengan lingkungannya. Apabila minat terhadap sesuatu sudah dimiliki seseorang, maka hal itu akan menjadi potensi orang tersebut untuk dapat meraih kesuksesan di bidangnya. Minat dapat menghasilkan energi yang luar biasa untuk berjuang mendapatkan apa yang diminatinya. Apalagi jika minat itu sesuai dengan bakatnya, maka kekuatan yang dihasilkan akan lebih luar biasa lagi. Oleh sebab itu minat mahasiswa, sepantasnya menjadi hal utama yang perlu diperhatikan oleh para pendidik di lingkungan perguruan tinggi.

Menurut Rahayu dan Laela (2018) minat merupakan sebuah perasaan senang, harapan, tertarik yang muncul karena kecenderungan dan keinginan untuk mengarahkan seseorang kepada suatu pilihan. Menurut Suryabrata (dalam Najmudin, 2022), minat merupakan kecenderungan dalam diri seseorang untuk terpikat pada suatu objek atau menyenangi suatu objek. Menurut Slameto (dalam Matondang, 2018) minat merupakan ketertarikan dan rasa suka terhadap suatu hal tanpa diperintah.

2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Reber (dalam Soraya, 2015) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat antara lain:

1. Faktor Internal

Merupakan faktor yang berasal dari dalam dari individu itu sendiri.

2. Faktor Eksternal

Merupakan faktor yang berasal dari luar diri seseorang seperti keluarga, teman, dan lingkungan sekitar.

Menurut Soraya (2015) faktor yang menimbulkan minat, yaitu;

1. Faktor dari dalam
Faktor yang dapat timbul dipengaruhi oleh kebutuhan, berupa kebutuhan jasmani maupun rohani.
2. Faktor motif sosial
Hadirnya minat dalam diri seseorang yang didorong oleh motif sosial seperti, pengakuan, penghargaan yang diperoleh dari lingkungan sekitar.
3. Faktor Emosional
Merupakan faktor yang ada dalam diri seseorang dipengaruhi oleh emosional berupa perhatian seseorang terhadap suatu objek atau kegiatan yang dipandanginya.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas hal yang mempengaruhi minat seseorang terdiri dari, faktor internal dan faktor eksternal. Selain itu faktor dari dalam berupa kebutuhan jasmani dan rohani, serta motif sosial dan emosional turut mempengaruhi timbulnya minat.

2.1.3 Cara Meningkatkan Minat

Peri et al (dalam Wibowo, dkk., 2021) menerangkan 5 cara dalam meningkatkan minat, diantaranya:

1. Motivasi, suatu hal yang dimiliki dalam diri seseorang yang mampu mendorong untuk berbuat sesuatu dalam mencapai tujuan.
2. *Training*, mengingat dan melatih kembali dalam rangka meningkatkan keterampilan agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
3. Rangsangan dari luar diri.
4. Menanamkan kesadaran agar selalu memiliki minat.
5. Membiasakan diri melakukan suatu kegiatan agar dapat memunculkan minat.

2.1.4 Wirausaha

Menurut Schumpeter (dalam Hendrawan dan Sirine, 2017) wirausaha merupakan seseorang yang menembus sistem ekonomi dengan memperkenalkan jasa atau produk baru, dengan menciptakan sesuatu yang baru atau mengelola bahan utama. Wirausaha merupakan seseorang yang berani memulai usaha sendiri dengan mengerahkan segala usaha berupa strategi dalam menciptakan produk, mendapatkan

peluang, pemasaran dan permodalan untuk menghasilkan produk dengan nilai tinggi, dan menerima segala resiko yang akan dihadapinya (Dewi, dkk., 2020).

Menurut Pradana dan Safitri (2020) wirausaha adalah orang yang dapat mengenali, menciptakan, atau memutuskan metode dan produk baru dalam proses produksi, serta melakukan kegiatan pengelolaan, dan pemasaran. Sehingga wirausaha merupakan seseorang yang pandai mengidentifikasi produk, menentukan cara produksi, membangun proses pengadaan produk, dan mengelola permodalan bisnis baru.

2.1.5 Ciri-ciri dan Karakteristik Wirausaha

Seorang wirausaha merupakan seseorang yang memiliki keinginan untuk mewujudkan ide serta gagasan inovatif yang dimilikinya untuk dituangkan kedalam hasil karya yang nyata dengan kreatif.

Menurut Meredith, et all (DS dan Trimeiningrum, dkk., 2018) ciri-ciri seorang wirausaha diantaranya adalah:

1. Rasa percaya diri
2. Berorientasi pada tugas dan hasil
3. Berani mengambil resiko
4. Berjiwa kepemimpinan
5. Keorisinilan
6. Bersorientasi pada masa depan.

Menurut Bygrave (dalam Wardana, dkk., 2021) berpendapat bahwa karakter seorang wirausahawan merupakan potongan dari sikap mental positif yang berproses pada internal dan eksternal orang tersebut. Semakin banyak ciri dan karakter yang dimiliki seseorang maka semakin kuat dorongan orang tersebut untuk menjadi wirausahawan yang sukses.

2.1.6 Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan tekad, dorongan, serta kesanggupan bekerja keras atau berkeinginan kuat untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan adanya resiko yang

mungkin terjadi, serta berkeinginan kuat untuk belajar dari kegagalan. Menurut Wibowo, dkk., (2021) menyatakan bahwa minat berwirausaha merupakan kemampuan dalam menggunakan keterampilan untuk memulai bisnis baru dengan kesanggupan yang ada dalam diri. Minat berwirausaha muncul dari pengetahuan dan keterampilan informasi tentang kewirausahaan, kemudian berlanjut dalam mencari pengalaman dan timbul keinginan untuk mempelajari pengalaman yang telah terjadi, memiliki rasa senang, memiliki keinginan untuk dapat terlibat dalam bisnis yang memiliki resiko, dengan memanfaatkan peluang bisnis yang ada, dan menciptakan bisnis sendiri dengan pendekatan inovatif.

2.1.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha terdiri dari beberapa faktor, seperti yang dijelaskan menurut Alma (dalam Zulkifli dan Meifiani, 2021) terdapat tiga faktor penting yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha, diantaranya :

1. Faktor *Personal* (Pribadi)
Faktor ini berkaitan dengan kepribadian seseorang. Seseorang akan merasa termotivasi untuk menciptakan usaha karena tidak ingin memiliki keterikatan dan mendapatkan kebebasannya sendiri.
2. Faktor *Sociological* (Kemasyarakatan)
Faktor ini berkaitan dengan lingkungan keluarga dan sosial. Terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan keluarga, diantaranya hubungan anak dengan orang tua, dan keluarganya. Hubungan sosial yang berkaitan dengan teman, status sosial, dan pekerjaan.
3. Faktor *Environmental* (Lingkungan)
Faktor ini berkaitan dengan hubungan terhadap lingkungan, diantaranya adalah; kebijakan pemerintah, sumber daya, peluang, dan persaingan.

2.1.8 Indikator Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha pada mahasiswa dapat dilihat dari berbagai indikator-indikator yang saling terhubung didalamnya, seperti yang dikemukakan oleh Alma (dalam Zulkifli dan Meifiani, 2021) indikator minat berwirausaha dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Percaya diri
Merupakan kepercayaan diri yang dimiliki seseorang terhadap kemampuan yang dimilikinya.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil
Adalah seseorang yang mengutamakan prestasi yang dimilikinya.
3. Berani mengambil resiko
Seorang wirausaha harus mampu menghadapi segala tantangan dan resiko yang akan dihadapi dalam proses berwirausaha.

4. Kepemimpinan
Seorang wirausaha harus memiliki jiwa kepemimpinan untuk menjalankan usaha yang dimiliki agar memiliki tanggung jawab pada usahanya.
5. Keorisinilan
Seorang wirausaha yang memiliki keorisinilan akan memiliki ide dan gagasannya sendiri untuk menciptakan sesuatu hal yang agar dapat mengembangkan usahanya.
6. Berorientasi ke masa depan
Seorang wirausaha perlu memiliki visi dan misi untuk diwujudkan dalam menjalankan usahanya.
7. Kreativitas
Kreativitas diperlukan dalam menjalankan sebuah usaha untuk dapat bertahan di tengah persaingan para pemilik usaha.

Pengukuran yang digunakan dalam variabel minat berwirausaha pada mahasiswa yaitu dengan menjawab beberapa pertanyaan yang akan disajikan dalam bentuk angket. Pertanyaan tersebut akan mengisyaratkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Indikator yang akan digunakan untuk mengetahui minat berwirausaha mahasiswa diantaranya; percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko, berjiwa kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi pada masa depan, dan memiliki kreativitas.

2.2 Persepsi Tentang Resiko Usaha

2.2.1 Persepsi

Menurut Sugihartono (dalam Sinaga, dkk., 2021) persepsi merupakan kemampuan otak dalam mengartikan suatu dorongan atau proses untuk mengartikan dorongan yang diterima indera manusia. Persepsi tidak hadir secara tiba-tiba, melainkan terdapat proses yang penting untuk membentuk sebuah persepsi (Swarjana., 2022).

2.2.2 Resiko Usaha

Hakikatnya setiap kegiatan usaha pasti memiliki sebuah resiko yang akan dihadapi dalam upaya menjalankan usahanya. Menurut Richard Cantillon (dalam Nida dan Atmaja, 2021), resiko merupakan sesuatu

hal yang harus ditanggung oleh seorang wirausahawan. Seorang wirausahawan harus berani menghadapi resiko dengan memiliki komitmen yang kuat untuk terus bekerja keras agar mendapatkan hasil yang maksimal.

Menurut Sepang & Tawas (2018) risiko bagi wirausahawan merupakan kombinasi probabilitas suatu kejadian dengan konsekuensi atau akibat yang dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Risiko Bisnis dapat dikategorikan menjadi empat jenis yaitu risiko keuangan, risiko operasional, risiko strategis, dan risiko eksternalitas.

Pengambilan risiko dalam konteks kewirausahaan dapat diartikan sebagai tindakan mengambil keputusan berdasarkan konsekuensi baik dan buruk, yang mungkin terjadi di masa depan demi kemajuan bisnis. Bagi para pengusaha muda, untuk menjalankan suatu usaha harus menerima atau menanggung beban menjalankan usaha kecil-kecilan apakah risikonya kecil atau tidak. sulit, apakah itu bermanfaat atau berbahaya. Oleh karena itu, sebagai seorang wirausahawan muda perlu memiliki strategi yang tepat untuk memprediksi risiko yang akan dihadapi oleh seorang wirausahawan muda. Dengan demikian dari beberapa pemaparan diatas, dapat dijelaskan bahwa resiko usaha adalah penilaian situasi yang berisiko pada usaha baik itu dalam segi finansial usaha maupun kondisi pasar.

2.2.3 Indikator Persepsi Tentang Resiko Usaha

Indikator merupakan salah satu penanda untuk memberikan suatu penilaian. Indikator yang dijadikan sebagai tolak ukur pada variabel persepsi tentang resiko usaha dikemukakan oleh Gaddam (2008) yaitu:

1. Memiliki perencanaan kegiatan kedepan.
2. Suka akan tantangan yang akan ditaklukkannya dengan baik untuk keberhasilan usaha.
3. Menjadikan sebuah kegagalan sebagai motivasi untuk terus mencoba.
4. Senang akan hal-hal baru.
5. Memiliki cara baru dalam setiap pekerjaan.

Berdasarkan uraian tersebut, indikator persepsi tentang resiko usaha dalam penelitian ini diambil dari karakteristik wirausaha meliputi: memiliki analisa yang baik, suka akan tantangan, menjadikan kegagalan sebagai sebuah pelajaran, senang akan hal-hal baru, dan memiliki cara baru untuk terus berkembang.

2.3 Perkembangan Media Sosial

2.3.1 Media Sosial dan Jenis-jenis Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein (dalam Hastrida, 2021) media sosial merupakan seperangkat aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas kerangka ideologis dan teknis Web 2.0 yang memungkinkan pengguna Internet untuk berbagi konten informasi.

Media sosial saat ini sedang menjadi tren yang digunakan dalam komunikasi pemasaran. Media sosial merupakan media *online* yang memungkinkan penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang biasa digunakan oleh orang-orang di berbagai belahan dunia (Cahyono, 2017).

Menurut Clayman (dalam Kadarudin, 2020), media sosial merupakan alat pemasaran baru yang memiliki fungsi untuk mengetahui konsumen dan calon konsumen dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin untuk dilakukan. Media sosial terdiri dari teknologi, praktik, atau komunitas *online* yang digunakan orang untuk membuat konten, berbagi pendapat, pemahaman, pengalaman, dan pandangan antara hadirnya media sosial dan periklanan, penjualan menjadi lebih mudah, murah, efektif dan efisien, sehingga media sosial menekankan penggunaan teknologi informasi sebagai sarana untuk membangun pasar yang ditargetkan untuk bisnis *online*.

Berdasarkan beberapa pendapat, maka dapat diartikan bahwa media sosial merupakan situs web dimana semua orang dapat membuat

web pribadi, kemudian terhubung satu sama lain untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

2. Jenis-jenis Media Sosial

Saat ini banyak media sosial yang bermunculan dan memiliki berbagai macam fitur yang menarik dan mudah digunakan oleh para pengguna dalam berbagai kalangan usia.

Menurut Halim, dkk. (dalam Banjarnahor, dkk., 2022) terdapat beberapa jenis media sosial, diantaranya sebagai berikut:

a. *Social Network*

Merupakan jenis media sosial yang paling sering digunakan di seluruh dunia. Hal ini dikarenakan sebagai tempat berinteraksi orang-orang untuk bersosialisasi, dimana seseorang dapat saling mengirim pesan, video, dan informasi.

b. Blog

Merupakan sebuah jurnal pribadi yang ada di internet dan dapat berbagi tulisan atau gambaran kepada sesama pengguna mengenai isu tertentu.

c. *Microblogging*

Merupakan layanan dari blog kecil yang memiliki fungsi hampir sama dengan blog namun berbeda dalam penyajian yang lebih ringkas, sehingga memiliki kecepatan yang lebih baik dibandingkan dengan blog lainnya.

d. Media *Sharing*

Merupakan platform media sosial yang digunakan untuk berbagi konten media video, foto dan audio.

e. Kolaborasi

Merupakan layanan yang membuat postingan dengan pengguna lain dan memodifikasi konten lain.

Menurut Helianthusonfri (dalam Banjarnahor, dkk., 2022) mengungkapkan aplikasi-aplikasi media sosial yang dapat digunakan dalam marketing diantaranya; Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, Whatsapp, Line, Tumblr, Pinterest, Telegram, Reddit, Snapchat, dan LinkedIn.

2.3.2 Perkembangan Sosial Media di Indonesia

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyebutkan bahwa penggunaan internet di Indonesia saat ini telah mencapai 202,35 juta orang. Dari angka tersebut berarti 76,8% dari

jumlah masyarakat Indonesia telah menggunakan sosial media. (TribunNews.co, 2022). Menurut laporan yang diterbitkan *Hootsuite (We are Social)* menerangkan posisi persentase penggunaan platform media sosial di Indonesia. Pada posisi pertama diduduki oleh Whatsapp dengan jumlah sebesar 88,7% dari tahun sebelumnya yang hanya sebesar 87,7%, posisis kedua diduduki oleh Instagram dengan jumlah pengguna sebesar 84,8%, jumlah ini turun dari pada tahun sebelumnya sebesar 86,6%, serta di posisi ketiga diduduki oleh Facebook dengan jumlah pengguna sebesar 81,3%, jumlah ini turun dari tahun sebelumnya yang mencapai 85,5%. (Datareportal.com, 2022).

Perkembangan media sosial di Indonesia, tidak lepas dari peran teknologi *digital networking* dunia. Teknologi media sosial telah diadopsi dengan begitu cepat dan terus tersebar luas yang mana pada akhirnya manusia di berbagai belahan dunia dapat menemukan teman, rekan usaha, hingga kemudahan dalam mengakses informasi. Namun kekhawatiran terhadap penggunaan media sosial muncul ketika banyak para pengguna yang menggunakan akun media sosialnya tidak pada tempat yang semestinya. Saat ini para pengguna media sosial di Indonesia dapat menggerakkan suatu massa hanya untuk mengunggah sesuatu hal yang belum pasti kebenarannya atau dapat kita sebut sebagai *hoax*. Masyarakat pengguna media sosial begitu mudah untuk terprovokasi hanya melalui isu miring atau unggahan yang belum jelas kebenarannya.

Perubahan dari adanya penggunaan media sosial dapat mengakibatkan dampak yang positif maupun negatif. Pada sisi positif penggunaan media sosial, masyarakat dapat merasakan kemudahan dalam mendapatkan dan berbagai informasi kepada publik. Namun tidak dapat dipungkiri, penggunaan media sosial juga memiliki dampak negatif yang dapat merugikan para penggunanya seperti penyebaran informasi *hoax* hingga penipuan yang berujung pada kerugian yang dirasakan

oleh penggunanya. Fenomena *hoax* yang terjadi di media sosial dipandang dapat menimbulkan berbagai masalah.

Kemudian berkaitan dengan bidang ekonomi, pengusaha yang telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan semakin memudahkan para konsumen untuk dapat berinteraksi langsung dimana saja dan kapan saja. Hal ini merupakan salah satu dampak positif yang ditawarkan oleh penggunaan media sosial dalam mengembangkan usahanya dan meningkatkan keunggulan usaha diantara para pesaing yang terlibat dalam dunia bisnis. Dengan memanfaatkan media sosial, seorang pengusaha tidak harus memiliki toko untuk memamerkan barang dagangan yang dimilikinya, namun semuanya dapat dilakukan secara *online* melalui media sosial baik secara gratis maupun berbayar. Strategi ini dapat digunakan untuk menurunkan biaya operasional yang dikeluarkan bagi para pelaku usaha, sekaligus dapat memudahkan konsumen dari berbagai wilayah untuk menemukan produk yang dicarinya.

2.3.3 Dampak Perkembangan Media Sosial

Perkembangan media dan internet di era modern memiliki kecepatan *hyper eksponensial* yang luar biasa. Salah satu isu besar yang muncul adalah pemanfaatan internet secara maksimal untuk kepentingan manusia. Internet memberikan sebuah pijakan kepada manusia untuk dapat berkomunikasi dengan mudah dan praktis tanpa adanya batasan. Terdapat beberapa dampak dari adanya perkembangan media sosial, baik dampak positif maupun dampak negatif bagi kehidupan umat manusia.

Menurut Nabila, dkk., (2020) terdapat dampak positif yang dapat diambil dari adanya perkembangan media sosial, diantaranya:

1. Dapat dengan mudah menemukan hal-hal yang ingin diketahui (gaya *fashion*, cara berbisnis, cara memasak, dan lain sebagainya)
2. Memberikan informasi terkait lapangan pekerjaan
3. Sumber belajar keterampilan baru

4. Membangun jaringan komunikasi hingga mancanegara
5. Sarana promosi bisnis

Sedangkan menurut Bhaskara, dkk., (2020) menyatakan bahwa terdapat dampak negatif yang ditimbulkan oleh media sosial, diantaranya:

1. Sulit bersosialisasi dengan orang sekitar
2. Tidak peduli akan dunia sekitar
3. Terlupakannya bahasa formal
4. Depresi
5. Menyebabkan timbulnya gangguan kesehatan
6. Pornografi
7. Tergantikannya kehidupan sosial
8. Kecanduan
9. Lupa waktu

Media sosial yang saat ini sangat diminati oleh seluruh kalangan masyarakat, ternyata menjadi tantangan generasi muda karena membawa dampak negatif yang disebabkan oleh penyalahgunaan media sosial. Penggunaan media sosial kearah negatif akan memberikan dampak buruk bagi masyarakat. Maka dengan itu kita harus waspada agar tidak terjadi penyalahgunaan yang menimbulkan korban akibat penggunaan sosial media.

2.3.4 Manfaat Perkembangan Sosial Media

Perkembangan media sosial yang terjadi saat ini dapat memberikan kebermanfaatan dalam kehidupan salah satunya dari sisi dunia bisnis.

Menurut Taprial dan Kanwar (Hutahaeen, dkk., 2022) memaparkan manfaat dari penggunaan media sosial bagi dunia bisnis dan individu adalah:

1. Pengguna pribadi. Individu dapat menggunakan media sosial untuk hal-hal tertentu, diantaranya perkembangan berita terkini, gossip, dan berbagai peristiwa di berbagai belahan dunia.
2. Menggali kreativitas. Dengan berbagai macam media sosial dapat digunakan individu untuk menggali kreativitas serta menuangkan ide yang dimiliki dengan menulis di blog.
3. Interaksi sosial. Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak pernah lepas dari proses interaksi. Media sosial memungkinkan antar pengguna dapat berinteraksi dengan menggunakan internet yang ada dimanapun dan kapanpun.

4. Meraih kekuasaan. Media sosial telah membawa kekuatan ke tangan konsumen. Seseorang dapat menggunakan pengaruh sosial melalui interaksi sosial yang terjadi melalui situs internet.
5. Membangun citra produk (*online branding*). Media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif dalam dunia bisnis untuk menciptakan citra yang kuat dalam jangka panjang agar dengan mudah diingat oleh calon konsumen maupun konsumen.
6. Pemasaran. Media sosial pemasaran merupakan cara yang digunakan oleh para pebisnis dan nirlaba untuk membangun hubungan melalui kepercayaan secara efektif.
7. Membangun hubungan. Media sosial dapat digunakan untuk membangun hubungan dalam dunia bisnis dalam rangka menjaga kepuasan konsumen agar konsumen tetap setia pada produk yang sudah digunakan.
8. Membangun komunitas. Media sosial dapat digunakan perusahaan atau bisnis untuk membangun komunitas di sekitar bisnisnya.

2.3.5 Kelebihan dan Kekurangan Sosial Media

Terdapat beberapa kelebihan dan kekurangan yang ditimbulkan dengan hadirnya media sosial di tengah-tengah masyarakat pada saat ini.

Menurut Mcquail (Khoiridah, dkk., 2022) memaparkan beberapa kelebihan media sosial dibandingkan media konvensional, yakni:

1. *Interactivity*, kemampuan interaktif yang hampir sama dengan komunikasi antarpersonal.
2. *Sociability*, berperan besar dalam membangun *sense of personal contact* dengan orang lain.
3. *Media richness*, menjadi jembatan bila terdapat perbedaan, memberi isyarat, lebih peka dan lebih personal,
4. *Autonomy*, adanya kebebasan bagi para pengguna untuk menggunakannya sehingga dapat bersikap independen terhadap sumber komunikasi.
5. *Playfulness*, sebagai hiburan.
6. *Privacy*, fasilitas yang diberikan membuat para pengguna dapat menggunakannya sesuai dengan kebutuhan.
7. *Personalization*, menekankan pada isi informasi dalam berkomunikasi antar pengguna.

Menurut Hermawan (Khoiridah, dkk., 2022) menerangkan kekurangan media sosial sebagai media komunikasi pemasaran adalah:

1. Produk tidak dapat disentuh oleh konsumen.
2. Keamanan terkait keaslian dan distribusi produk.
3. Kemungkinan terjadinya iklan dalam iklan.

2.3.6 Ciri-Ciri Media Sosial

Media sosial membuat siapa saja tertarik untuk berpartisipasi dengan berkontribusi memberikan *feedback* serta berbagi informasi dalam waktu cepat dan dimana saja.

Menurut Kadarudin (2020) menyatakan ciri-ciri media sosial, diantaranya:

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya tertuju pada satu orang saja, melainkan ke beberapa orang.
2. Pesan yang disampaikan bebas, tidak harus melalui *Gatekeeper*.
3. Pesan yang dikirimkan cenderung lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan media lainnya.
4. Waktu interaksi ditentukan oleh penerima pesan.

2.3.7 Indikator Perkembangan Sosial Media

Menurut Rahayu dan Laela (2018) membagi indikator media sosial sebagai berikut :

1. Partisipasi, Media sosial mampu mengajak seseorang untuk berpartisipasi dalam hal apapun.
2. Keterbukaan, Hampir semua layanan media sosial menerima umpan balik dan partisipasi. Mendorong voting, komentar, dan berbagi informasi. Media sosial merupakan media yang dapat diakses oleh semua orang.
3. Percakapan, komunikasi yang terjalin antara dua arah.
4. Komunitas, media sosial memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk cepat membentuk dan berkomunikasi secara efektif.
5. Saling Terhubung, hampir semua media sosial dapat terhubung ke situs web, dan menghubungkan orang-orang melalui tautan.
6. Keterampilan dalam menggunakan sosial media

2.4 Mata Kuliah Kewirausahaan

2.4.1 Mata Kuliah Kewirausahaan

Wirausaha merupakan seseorang yang memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan bisnisnya dalam hidupnya (Suharyono, 2017). Sedangkan kewirausahaan merupakan sikap, jiwa, dan kemampuan untuk menciptakan hal baru yang memiliki nilai dan berguna bagi dirinya maupun orang lain. Wirausaha merupakan seseorang yang memiliki keterampilan untuk memanfaatkan peluang

dalam mengembangkan bisnisnya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya (Sulastri dalam Hasan, dkk., 2022).

Mata kuliah kewirausahaan diberikan dalam bentuk kuliah umum ataupun dalam bentuk kuliah wajib pada program studi. Menurut Lubis (dalam Hasan, dkk., 2022) menerangkan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan bagian dari proses mempersiapkan seseorang untuk mengenali peluang komersial dan wawasan, harga diri, keterampilan dan pengetahuan untuk berjalan sesuai pemikirannya sendiri. Pendidikan kewirausahaan secara umum merupakan proses pendidikan yang menerapkan prinsip-prinsip dan metodologi ke arah pembentukan kecakapan hidup (*life skill*) pada anak didiknya.

Fokus kurikulum pendidikan kewirausahaan terletak pada materi yang dapat menumbuhkan kewirausahaan, mengembangkan keterampilan, dan memberikan pelatihan manajemen. Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk mengajarkan kepada siswa bagaimana menjadi wirausahawan yang mandiri. Hal ini juga menjelaskan bagaimana menciptakan dan memelihara lingkungan belajar dengan mendorong sifat dan perilaku kewirausahaan, seperti berpikir kreatif dan mandiri, mengambil risiko, mengambil tanggung jawab dan menghormati keragaman (Hasan, 2020).

Jadi, mata kuliah kewirausahaan merupakan satuan pelajaran yang diterapkan dalam perguruan tinggi dengan tujuan untuk memberikan wawasan tentang kewirausahaan. Pelaksanaan pembelajaran kewirausahaan diselenggarakan melalui teori dan praktik. Teori diberikan sebagai pengetahuan dasar sebelum mahasiswa melanjutkan ke lapangan dan melakukan praktek, hal ini diberikan agar mahasiswa mampu menggali lebih dalam mengenai pengalaman dalam berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan diberikan kepada mahasiswa dengan tujuan agar mereka memiliki pengetahuan kewirausahaan,

sehingga ketika mahasiswa telah lulus dari perguruan tinggi mereka memiliki bekal untuk mendirikan usaha.

Mata kuliah kewirausahaan yang diberikan di jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial program studi Pendidikan Ekonomi diajarkan kepada mahasiswa semester III (tiga) dengan bobot mata kuliah 2 (dua) SKS. Materi yang disampaikan dalam bentuk teori dan praktek. Teori yang diberikan tidak hanya sekedar pengertian kewirausahaan, namun juga diberikan teknik dalam menentukan sebuah usaha dan menjalankannya. Setelah mahasiswa mendapatkan teori, mahasiswa diarahkan untuk membentuk sebuah usaha dan mendalaminya. Kegiatan ini diadakan pada semester VI (enam) pada mahasiswa yang mengambil mata kuliah peminatan *entrepreneur*.

2.4.2 Alasan Perlunya Diajarkan Mata Kuliah Kewirausahaan

Kewirausahaan yang termuat dalam mata kuliah kewirausahaan di program studi pendidikan ekonomi mempelajari sebuah nilai, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam berinovasi dan menyalurkan ide serta gagasan sesuai dengan silabus mata kuliah kewirausahaan.

Menurut Prawirokusumo (dalam Nofriser, dkk., 2022) mengungkapkan bahwa pendidikan kewirausahaan perlu diajarkan sebagai disiplin ilmu tersendiri yang independen, karena:

1. Kewirausahaan memuat *body of knowledge* yang utuh dan nyata, yaitu ada konsep, teori, dan metode ilmiah yang lengkap.
2. Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu *venture start-up* dan *venture growth*, ini jelas tidak masuk dalam kerangka pendidikan manajemen umum yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha.
3. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan pendapatan.

Pendidikan kewirausahaan sangat diperlukan dan diberikan pada lembaga pendidikan baik formal maupun informal, hal ini dikarenakan melalui pendidikan kewirausahaan dapat mengarahkan perilaku, sikap,

minat, dan pola pikir mahasiswa menjadi seorang *entrepreneur*. Pendidikan kewirausahaan dapat membantu mahasiswa dalam mempersiapkan diri untuk memulai sebuah bisnis. Pembekalan keterampilan, pengetahuan, dan integrasi pengalaman penting dimiliki agar dapat membantu dalam mengembangkan bisnis yang dimilikinya.

Penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi diharapkan mampu membangun karakter wirausaha, pola pikir yang kreatif dan inovatif, menciptakan nilai tambah, dapat membaca dan memanfaatkan peluang, serta berani dalam mengambil resiko. Menghadapi tantangan di masa depan yang sangat kompetitif, maka diperlukan perilaku kewirausahaan bagi semua profesi dan bidang pekerjaan. Artinya, pendidikan kewirausahaan sangat baik dan sesuai untuk diberikan kepada jenjang pendidikan perguruan tinggi tanpa melihat bidang ilmu yang dipelajari.

2.4.3 Indikator Mata Kuliah Kewirausahaan

Menurut Rimadani dan Murniawaty (2018), untuk mengukur variabel pendidikan kewirausahaan berdasarkan indikator berikut ini :

1. Menumbuhkan jiwa wirausaha
Program pendidikan kewirausahaan akan menumbuhkan minat berwirausaha ketika mahasiswa telah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan, mahasiswa Akan merasakan keinginan untuk memulai sebuah usaha.
2. Menambah pengetahuan
Program pendidikan kewirausahaan dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidang kewirausahaan. Setelah mengikuti pendidikan kewirausahaan, mahasiswa akan lebih banyak ilmu dalam bidang kewirausahaan.
3. Peka terhadap peluang bisnis di bidang kewirausahaan
Program pendidikan kewirausahaan tumbuhkan kesadaran adanya peluang bisnis. Setelah menempuh pendidikan kewirausahaan dapat membuat mahasiswa sadar akan peluang bisnis yang ada disekitarnya.

2.5 Penelitian yang Relevan

Hasil penelitian yang relevan meliputi hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. penelitian ini digunakan untuk

mendukung penyusunan kerangka berpikir, penguat, acuan, dan dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mempertimbangkan permasalahan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang dikaji peneliti mengenai Pengaruh Persepsi tentang Resiko Usaha, Perkembangan Sosial Media, dan Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung Tahun 2022.

Tabel 4. Penelitian yang Relevan

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1.	Finantyo Eddy Wibowo, Tina Nurdiani, dan Ahmad Nuh (2021)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Persepsi Risiko, Lingkungan Teknologi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus di Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor)	1.) Dari hasil regresi secara simultan atau serentak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengetahuan Kewirausahaan, Persepsi Risiko dan Lingkungan Teknologi terhadap Minat Berwirausaha. 2.) Dari hasil regresi secara individu terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha, Persepsi Risiko terhadap Minat Berwirausaha, dan Lingkungan Teknologi terhadap Minat Berwirausaha.
2.	Bambang Satrionugroho dan Sri Tomo (2020)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi	1.) variabel penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. 2.) dengan adanya media sosial dan memanfaatkannya dengan baik akan memberikan manfaat dan akan meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa.
3.	Ade Nurhayati Kusumadewi (2020)	Implementasi Jiwa Wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap minat Berwirausaha pada Mahasiswa Purwakarta	1.) Terdapat pengaruh positif antara jiwa wirausaha terhadap minat berwirausaha. 2.) Terdapat pengaruh positif antara Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha, 3.) Secara simultan jiwa wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial menunjukkan ada pengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

Tabel 4. Lanjutan

3.	Ade Nurhayati Kusumadewi (2020)	Implementasi Jiwa Wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap minat Berwirausaha pada Mahasiswa Purwakarta	1.) Terdapat pengaruh yang positif antara jiwa wirausaha terhadap minat berwirausaha. 2.) Terdapat pengaruh yang positif antara Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha, 3.) Secara simultan menunjukkan bahwa Jiwa Wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial menunjukkan ada pengaruh yang positif antara Jiwa Wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha.
4.	Anna Wulandari dan Siti Awaliyati Deliabdila (2020)	Keberanian Mengambil Risiko Bisnis pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis	1.) Menunjukkan hasil bahwa laki-laki memiliki skala 7,389 dalam keberaniannya mengambil risiko, jumlah ini lebih besar dari pada skala yang dimiliki perempuan sebesar 6,729. 2.) Tidak terdapat perbedaan dalam keberanian mengambil risiko berdasarkan latar belakang keluarga. 3.) Tidak terdapat perbedaan keberanian mengambil risiko berdasarkan pengetahuan wirausaha.
5.	Tio Prasetyo (2020)	Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	1) Penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 2) Motivasi Intrinsik berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 3) Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 4) Penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
6.	Kiki Ismanti dan Sigit Indra Prianto (2021)	Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Keterampilan Berwirausaha	1.) berdasarkan hasil pengujian korelasi, regresi maupun pada model garis didapatkan hasil yang signifikan antara mata kuliah kewirausahaan dan motivasi

Tabel 4. Lanjutan

		Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa	berwirausaha dengan nilai signifikansi t_{hitung} 4,957 dan t_{tabel} 1,655 2.) berdasarkan hasil pengujian didapatkan hasil yang signifikan antara keterampilan berwirausaha dengan motivasi berwirausaha dengan hasil signifikansi t_{hitung} 2,917 dan t_{tabel} 1,655
7.	Sugeng Widodo, Gatot Kusjono, dan Moh. Sutoro (2021)	Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Semester 3 Universitas Pamulang.	Mata kuliah kewirausahaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa berwirausaha dengan nilai t_{hitung} (1,349) < t_{tabel} (1,994) dan taraf signifikansi 0,182 > 0,05. Dengan besaran kontribusi yang diberikan sebesar 16,1%.
8.	Dian Intan Tangkeallo dan Randi Tangdialla (2021)	Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja	terdapat pengaruh signifikan variabel pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha baik secara simultan maupun parsial. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen sebesar 0.416 atau 41.6% dan sisanya yaitu 58.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian
9.	Hanifah Sausan Nida, dan Hanung Eka Atmaja (2021)	Analisis Pengaruh Keberhasilan Diri, Toleransi Akan Risiko, dan Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Motivasi Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Tidar)	1.) keberhasilan diri, toleransi akan resiko, dan kebebasan dalam bekerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha. (Dalam uji statistik didapatkan F sebesar 23,964 dan F_{tabel} 2,76 yang artinya F_{hitung} 23,964 > F_{tabel} 2,76). 2.) secara parsial, keberhasilan diri dan toleransi akan resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha pada mahasiswa 3.) tidak ada pengaruh yang signifikan antara kebebasan dalam bekerja terhadap motivasi berwirausaha
10.	Bella Nova Dhira, Rinto Alexandro,	Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan	Mata kuliah kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dengan hasil t_{hitung}

Tabel 4. Lanjutan

dan Windy Utami Putri (2021)	Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi	sebesar $4,529 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 2,03011. Berdasarkan hasil penelitian nilai koefisien determinasi, mata kuliah kewirausahaan memberikan kontribusi terhadap minat berwirausaha sebesar 37%, dan sisanya sebesar 63% dipengaruhi faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.
------------------------------	---	--

Sumber : Dari Berbagai Sumber

Tabel 5. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Relevan dengan Penelitian ini

No.	Penulis	Judul	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian
1.	Finantyo Eddy Wibowo, Tina Nurdiani, dan Ahmad Nuh (2021)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Persepsi Risiko, Lingkungan Teknologi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus di Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah persepsi resiko (X_2) dan Minat Berwirausaha (Y).	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu dari segi tempat penelitian. Pada penelitian ini dilakukan di Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor, sedangkan penelitian yang akan diteliti dilaksanakan di Universitas Lampung.
2.	Bambang Satri Nugroho dan Sri Tomo (2020)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak latar belakang dimana penelitian ini meneliti variabel yang berkaitan dengan media sosial dan persamaan penggunaan pada variabel (Y) Minat Berwirausaha.	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu dari segi tempat penelitian. Penelitian ini berlangsung di Program Studi Sistem Informasi, STMIK Sinar Nusantara Surakarta, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti dilaksanakan di Universitas Lampung pada

Tabel 5. Lanjutan

				Program Studi Pendidikan Ekonomi.
3.	Ade Nurhayati Kusumadewi (2020)	Implementasi Jiwa Wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap minat Berwirausaha pada Mahasiswa Purwakarta	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada latar belakang variabel yang mengangkat tema media sosial dan variabel (Y) Minat Berwirausaha.	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu dari segi tempat penelitian. Penelitian ini telah berlangsung di STIE Dr, Khez Muttaqien Purwakarta, sedangkan penelitian yang akan diteliti bertempat di Universitas Lampung.
4.	Anna Wulandari dan Siti Awaliyati Deliabdila (2020)	Keberanian Mengambil Risiko Bisnis pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada latar belakang variabel yang sama-sama mengusung tema resiko bisnis.	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu dari segi tempat penelitian. Penelitian ini bertempat di Universitas Pelita Bangsa dan penelitian yang akan dilakukan bertempat di Universitas Lampung.
5.	Tio Prasetyo (2020)	Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada latar belakang yang digunakan adalah media sosial dan pengetahuan kewirausahaan, serta penggunaan variabel Minat Berwirausaha.	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu dari segi tempat penelitian. Pada penelitian ini bertempat di Universitas Budi Luhur, sedangkan penelitian yang akan dilakukan bertempat di Universitas Lampung.
6.	Kiki Ismanti dan Sigit Indra Prianto	Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan

Tabel 5. Lanjutan

	(2021)	Keterampilan Berwirausaha Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa	dilaksanakan adalah penggunaan variabel Mata Kuliah Kewirausahaan (X_1).	dilaksanakan yaitu dari segi tempat penelitian. Penelitian ini bertempat di Universitas Indraprasta PGRI Jakarta, sedangkan penelitian yang baru akan dilakukan bertempat di Universitas Lampung
7.	Sugeng Widodo, Gatot Kusjono, dan Moh. Sutoro (2021)	Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Semester 3 Universitas Pamulang.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah penggunaan variabel Mata Kuliah Kewirausahaan (X_1) dan Minat Berwirausaha (Y).	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu dari segi tempat penelitian. Penelitian ini bertempat di Universitas Pamulang, sedangkan penelitian yang akan dilakukan bertempat di Universitas Lampung.
8.	Dian Intan Tangkeallo dan Randi Tangdialla (2021)	Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja	Persamaan penelitian ini adalah latar belakang variabel yang sama yakni mengenai pendidikan kewirausahaan dan media sosial sebagai bahan kajian dalam penelitian yang dilakukan selain itu persamaan pada variabel Minat Berwirausaha (Y).	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu dari segi tempat penelitian. Penelitian ini bertempat di Universitas Kristen Indonesia, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan bertempat di Universitas Lampung.
9.	Hanifah Sausan Nida, dan Hanung Eka Atmaja (2021)	Analisis Pengaruh Keberhasilan Diri, Toleransi Akan Risiko, dan Kebebasan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah latar	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu dari segi tempat

Tabel 5. Lanjutan

		Dalam Bekerja Terhadap Motivasi Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Tidar)	belakang pengambilan variabel yakni sama-sama membahas mengenai resiko dalam berwirausaha.	penelitian. Penelitian ini bertempat di Universitas Tidar, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan bertempat di Universitas Lampung.
10.	Bella Nova Dhira, Rinto Alexandro, dan Windy Utami Putri (2021)	Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah variabel Mata Kuliah Kewirausahaan (X_1) dan Minat Berwirausaha (Y).	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu dari segi tempat penelitian. Penelitian ini bertempat di Universitas Palangka Raya, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan bertempat di Universitas Lampung.

Sumber : Dari Berbagai Sumber

2.6 Grand Teori

a. Pengaruh Persepsi tentang Resiko Usaha (X_1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Menurut Wulandari dan Deliabilda (2020) ciri utama yang membedakan seorang pengusaha dengan karyawan adalah keberaniannya dalam mengambil resiko. Seorang pengusaha juga perlu memiliki kemampuan dalam melihat peluang bisnis dan mengambil resiko untuk mewujudkan peluang tersebut. Risiko bisnis merupakan perpaduan dari suatu peristiwa yang dapat menimbulkan kerugian. Resiko bisnis dapat dibagi menjadi empat jenis: risiko keuangan, risiko operasional, risiko strategis, dan risiko eksternalitas. Winowod Sepang & Tawas (dalam Wulandari dan Deliabilda, 2020).

Penelitian yang dilakukan Wibowo, Nurdiani & Nuh (2021) memaparkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara persepsi resiko terhadap minat

berwirausaha. Hal ini memberikan gambaran bahwa responden memiliki berbagai persepsi tentang resiko seperti ada yang berani dan ada yang ragu-ragu, ada juga yang berhati-hati dalam memutuskan minat dalam berwirausaha.

Penelitian selanjutnya yang telah dilakukan oleh Nida dan Atmaja (2021) kembali memaparkan keberhasilan resiko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa membuktikan adanya keberanian dan antusias dalam menghadapi resiko dan membentuk mental seorang wirausaha yang kuat sehingga akan timbul dorongan untuk berwirausaha yang lebih besar.

b. Perkembangan Media Sosial (X₂) Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Y)

Menurut Tangkeallo dan Tangdialla (2021) media sosial telah mengubah pola pikir mahasiswa dalam berwirausaha. Penggunaan media sosial dalam berwirausaha dapat mempermudah dalam memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas tanpa memerlukan biaya yang tinggi. Kehadiran media sosial memberikan kemungkinan pada bisnis kecil untuk dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk, serta saling berinteraksi dengan pelanggan. Prasetyo (dalam Tangkeallo dan Tangdialla, 2021).

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Mahasiswa sejatinya harus bisa memperluas jaringan komunikasi dengan yang lain untuk dapat menjadi seorang wirausahawan yang sukses dengan memanfaatkan internet. Tangkeallo dan Tangdialla (2021).

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Kusumadewi (2020) menerangkan bahwa dengan adanya media sosial siapapun dapat dengan

mudah menyampaikan dan mendapatkan informasi melalui situs web maupun media elektronik yang diharapkan dapat memberikan pengaruh bagi calon wirausaha yang ingin memulai usaha. Dalam penelitian ini membuktikan “Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha”. Semakin tinggi nilai penggunaan media sosial maka semakin tinggi pula minat mahasiswa wirausaha. Semakin rendah nilai guna media sosial, maka semakin rendah pula minat berwirausaha pada mahasiswa. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Prasetio (2020) dan Satrio Nugroho & Tomo (2020) didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

c. Mata Kuliah Kewirausahaan (X₃) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Menurut Retno dan Trisniadi (dalam Tangkeallo dan Tangdialla, 2021) pendidikan kewirausahaan merupakan proses pembelajaran untuk mengubah sikap dan pola pikir mahasiswa dalam memilih untuk berwirausaha. Sedangkan menurut Wibowo (dalam Tangkeallo dan Tangdialla, 2021) Pendidikan kewirausahaan merupakan upaya untuk menginternalisasikan jiwa kewirausahaan baik melalui lembaga pendidikan maupun lembaga lain seperti kursus pelatihan.

Berbagai upaya telah dilakukan untuk mendorong timbulnya jiwa kewirausahaan. Salah satunya dengan mengubah pola pikir generasi muda yang hanya tertarik mencari pekerjaan setelah kuliah. Pendidikan kewirausahaan akan mendorong mahasiswa untuk mengenal dan memulai usaha (Ismanti dan Prianto, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Dhira, Alexandro & Putri (2021) membuktikan jika mata kuliah kewirausahaan memiliki kaitan yang positif dengan minat berwirausaha. Dalam proses pembelajaran mata kuliah kewirausahaan berisikan pengetahuan tentang nilai, semangat, jiwa, sikap, perilaku untuk memiliki jiwa kewirausahaan.

Hasil penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Tangkeallo dan Tangdialla (2021) didapatkan hasil bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu, ketika mahasiswa menerima pendidikan kewirausahaan, mereka akan lebih tertarik untuk menjadi seorang wirausaha. Untuk itu, mahasiswa perlu dimotivasi untuk menjadi seorang wirausaha melalui pendidikan kewirausahaan.

2.7 Kerangka Pikir

Perkembangan zaman yang semakin maju telah membawa banyak perubahan dalam berbagai bidang kehidupan salah satunya dalam dunia usaha. Keadaan ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan masyarakat khususnya mahasiswa yang ingin memulai usaha secara *online*. Dalam rangka menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa dibutuhkan beberapa tahap yang tidak dapat dilupakan, minat dapat timbul dari dalam maupun luar diri seseorang. Disamping itu, keterampilan, keberanian, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki seorang mahasiswa merupakan modal awal yang harus dimiliki. Keberanian mengambil keputusan dalam menjalankan sebuah usaha dibutuhkan guna mengembangkan dan mempertahankan bisnis yang akan dimulainya. Selain modal dalam diri, kemampuan dalam mengamati peluang yang ada dilingkungan sekitar perlu dimiliki bagi seorang wirausaha. Memanfaatkan segala peluang yang ada seperti menggunakan media sosial dalam proses menjalankan usaha dapat mempermudah para pemula untuk memulai usaha. Dimana dengan memanfaatkan sosial media para pemula tidak perlu mengeluarkan modal terlalu besar untuk memulai usahanya.

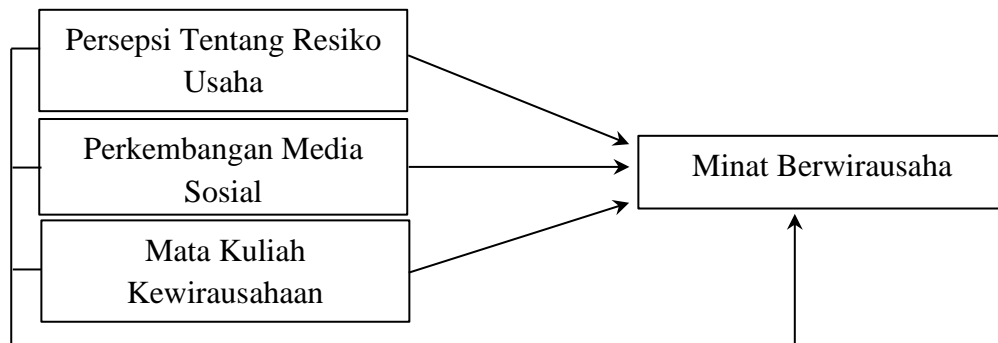
Selain itu dalam dunia pendidikan mahasiswa Universitas Lampung program studi Pendidikan Ekonomi tidak hanya diajarkan untuk menjadi seorang tenaga pendidik yang profesional saja, namun juga diarahkan untuk mampu berwirausaha. Cara yang digunakan untuk mengarahkan mahasiswa untuk berwirausaha adalah dengan membekali dan memberikan ilmu pengetahuan mengenai kewirausahaan yang masuk kedalam mata kuliah. Keberhasilan

dosen dalam menyampaikan materi pembelajaran menjadi salah satu faktor penentu tumbuhnya minat dalam diri mahasiswa. Proses pembelajaran di kelas merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dosen dalam mengajar. Dalam silabus yang digunakan dosen dalam proses mengajar mahasiswa, kegiatan pembelajaran yang digunakan tidak hanya sebatas bertatap muka dengan penjelasan, tetapi juga menggunakan metode diskusi dimana mahasiswa dituntut untuk berperan aktif dalam proses pembelajaran, sehingga mahasiswa akan fokus dan tertarik pada mata kuliah yang sedang diikutinya.

Melalui metode diskusi, mahasiswa diajak langsung untuk berperan menjadi seorang wirausahawan sungguhan, dengan demikian mahasiswa akan tahu bagaimana menjadi seorang wirausahawan. Pada saat evaluasi akhir pembelajaran mata kuliah kewirausahaan, dosen memberikan instruksi untuk membuat sebuah rancangan usaha yang ingin dimilikinya, selain itu dosen memberikan evaluasi terhadap ilmu yang sudah diberikan selama proses pembelajaran dengan memberikan beberapa pertanyaan dasar terkait ilmu-ilmu kewirausahaan. Dari uraian tersebut, maka diperoleh kerangka pikir yaitu adanya pengaruh antara persepsi tentang resiko usaha, perkembangan sosial media, dan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.

2.8 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan kerangka pikir seorang peneliti yang menjelaskan bagaimana cara memahami suatu masalah dan membuat langkah pengujian untuk memecahkan masalah tersebut (Darwin, dkk., 2021). Berdasarkan kerangka pikir di atas, maka dapat digambarkan paradigma penelitian dari variabel persepsi tentang resiko usaha (X_1), perkembangan sosial media (X_2), mata kuliah kewirausahaan (X_3), dan minat berwirausaha (Y) sebagai berikut.



Gambar 3. Model Teoritis Pengaruh Variabel X_1 , X_2 , X_3 terhadap Y

2.9 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, kerangka teori, dan kerangka pikir yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti dapat menarik hipotesis sebagai berikut;

1. Terdapat pengaruh persepsi tentang resiko usaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Tahun 2022.
2. Terdapat pengaruh perkembangan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung Tahun 2022.
3. Terdapat pengaruh mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung Tahun 2022.
4. Terdapat pengaruh persepsi tentang resiko usaha, perkembangan media sosial, dan mata kuliah kewirausahaan secara simultan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung Tahun 2022.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah bagian penting dalam sebuah penelitian. Metodologi penelitian merupakan metode ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data atau informasi sebagaimana mestinya, bukan sebagaimana seharusnya, dengan menggunakan tujuan dan kegunaan tertentu. Ada empat kata kunci yang perlu diperhatikan: metode ilmiah, data, tujuan, dan penggunaan khusus. Sugiono (dalam Hardani, dkk. 2020)

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan menggunakan aka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistic (Paramita, dkk. 2021). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka- angka dan data yang diperoleh selama penelitian ini berlangsung. Sedangkan metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif verifikatif.

Menurut Sugiyono (dalam Butarbutar, dkk., 2022) menjelaskan bahwa metode deskriptif verifikatif merupakan metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji teori dengan membuktikan hipotesis. Verifikatif diartikan sebagai pengujian terhadap suatu teori dengan pengujian hipotesis yang hasilnya akan diterima atau ditolak. Metode verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh antara persepsi tentang resiko usaha, perkembangan sosial media, mata kuliah kewirausahaan dan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022.

3.2 Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti. Dengan data primer, peneliti dapat memperoleh data secara langsung dari informan dan pihak terkait. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dengan menggunakan eksperimen dan survei (Hardani, dkk., 2020). Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari responden yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang dikumpulkan melalui wawancara serta angket atau kuesioner untuk mengetahui tentang pengaruh persepsi resiko usaha, perkembangan sosial media, dan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung dalam penelitian dari beberapa sumber terkait atau instansi terkait. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua misalnya kepustakaan (Hardani, dkk., 2020). Data sekunder yang penulis gunakan berasal dari buku-buku yang sesuai, hasil penelitian terdahulu serta jurnal-jurnal yang telah ada.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Angket/ kuesioner

Angket merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang diisi responden, tergantung kebutuhan masing-masing variabel penelitian (Darwin, dkk., 2021). Dari hasil angket akan dikelola dan digunakan sebagai data untuk menyelesaikan sebuah penelitian.

Pada penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai sarana untuk mengumpulkan data mengenai informasi tentang resiko usaha,

perkembangan sosial media, mata kuliah kewirausahaan dan minat berwirausaha. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala interval dengan *pendekatan semantic differential* dengan skor 1, 2, 3, 4, 5, 6, & 7 yang kemudian hasil data akan dianalisis dengan menggunakan SPSS.

Bentuk angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana pertanyaan dan jawaban sudah disiapkan sehingga responden tidak bebas dalam memberikan jawaban karena sudah disediakan sesuai dengan pertanyaan yang disajikan. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara *online* berupa google formulir yang diberikan kepada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tatap muka serta tanya jawab antara peneliti dan narasumber (Firman, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur dimana peneliti sudah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan didapatkan dengan mempersiapkan pertanyaan yang sudah tersusun. Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 untuk mendapatkan sumber data secara langsung yang lebih akurat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan seperti cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan. Pada penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan persepsi resiko usaha, perkembangan media sosial, mata kuliah kewirausahaan, dan minat berwirausaha. Selain itu teknik dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan

mencari buku, jurnal, serta berita-berita melalui media massa yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti.

3.4 Teknik Pengolahan Data

Setelah penulis mengadakan penelitian, data yang sudah terkumpul akan dianalisis kemudian, sebagaimana data tersebut diperoleh baik melalui dokumen maupun pertanyaan akan dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Editing adalah pengecekan data dan bahan angket.
2. Klasifikasi adalah penggolongan data-data sesuai dengan jenis dan penggolongannya setelah diadakan pengecekan.
3. Interpretasi yaitu memberikan penafsiran terhadap hasil observasi, sehingga memudahkan penulis untuk menganalisis dan menarik kesimpulan.
4. Analisa data merupakan upaya untuk mencari dan menata secara sistematis catatan hasil kuesioner, interview dan sebagainya untuk meningkatkan pemahaman penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan orang lain.

3.5 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan wilayah yang terdiri dari objek atau subjek dengan kuantitas, kualitas, dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti, serta digunakan untuk menyusun interpretasi dan mempelajari data yang berakhir pada kesimpulan. Sugiyono (dalam Darwin, dkk., 2020). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung angkatan 2019 sebanyak 60 mahasiswa.

2. Sampel

Menurut Hardani, dkk (2020) sampel merupakan sebagian dari anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik sampling. Berdasarkan

jumlah populasi yang ada maka penulis mengambil seluruh dari jumlah populasi sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik Sampling dalam penelitian ini menggunakan *non probability* sampling dengan teknik sampling jenuh. Teknik yang dimaksud *non probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (dalam Hardani, dkk., 2020). Sampling jenuh adalah teknik sampling yang menggunakan semua populasi sebagai sampel.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan nilai yang bervariasi dari seseorang, obyek atau kegiatan yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya.

1. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang memiliki kemungkinan teoritis atau menjadi penyebab yang berdampak pada variabel lain. (Hardani, dkk., 2020). Variabel ini sering disebut dengan variabel prediktor. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi tentang resiko usaha (X_1), perkembangan media sosial (X_2), dan mata kuliah kewirausahaan (X_3).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variasi variabel independen. Variabel ini sering disebut dengan variabel terikat, endogen dan konsekuen. Variabel tak bebas ini menjadi “*primary interest to the research*” atau persoalan pokok bagi peneliti, yang kemudian akan menjadi objek penelitian (Hardani, dkk., 2020: 305). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat berwirausaha (Y).

3.7 Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual variabel adalah batasan yang dibuat untuk menjelaskan konsep yang ringkas namun jelas dan nyata. Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Minat Berwirausaha (Y)

Minat berwirausaha adalah ketertarikan seseorang terhadap hal-hal yang berkaitan dengan wirausaha dan akan mempelajari serta mendalami tentang wirausaha. Minat berwirausaha biasanya timbul karena harapan serta pandangan ingin dapat sukses dibidang bisnis seperti orang lain.

2. Persepsi tentang Resiko Usaha (X_1)

Persepsi tentang resiko usaha merupakan pandangan seseorang mengenai hal-hal yang akan terjadi dikemudian hari berkaitan dengan usaha yang dijalankannya. Resiko usaha merupakan sebuah penilaian terhadap situasi yang beresiko baik dalam segi pembiayaan, kondisi pasar, dan operasional.

3. Perkembangan Media Sosial (X_2)

Perkembangan adalah proses yang menghasilkan sebuah perubahan. Perkembangan media sosial dapat berpengaruh terhadap minat seseorang dalam berwirausaha, hal ini berkaitan dengan kemudahan yang ditawarkan dalam penggunaan media sosial yang terus berkembang.

4. Mata Kuliah Kewirausahaan (X_3)

Mata kuliah kewirausahaan merupakan pembelajaran yang diberikan kepada mahasiswa bertujuan untuk membentuk jiwa wirausaha serta meningkatkan keterampilan dan keahlian tertentu terkait wirausaha.

3.8 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur (mengoperasikan) *construct* menjadi variabel penelitian yang dapat dituju, sehingga memungkinkan peneliti yang lain untuk melakukan replikasi (pengulangan) pengukuran dengan cara yang sama, atau mencoba untuk mengembangkan cara pengukuran *construct* yang

lebih baik. Adapun definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Persepsi resiko usaha (X1) merupakan persepsi mengenai hal hal yang akan terjadi dalam menjalankan sebuah usaha.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki perencanaan kegiatan kedepan. 2. Suka akan tantangan yang akan ditaklukkannya dengan baik untuk keberhasilan usaha. 3. Menjadikan sebuah kegagalan sebagai motivasi untuk terus mencoba. 4. Senang akan hal-hal baru. 5. Memiliki cara baru dalam setiap pekerjaan. 	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>
Perkembangan media sosial (X2) adalah proses dimana terjadi perubahan dalam fungsinya sehingga dapat dimanfaatkan dengan mudah oleh para pelaku usaha.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi pengguna 2. Keterbukaan berupa umpan balik pengguna media sosial 3. Percakapan, terjalannya komunikasi dua arah 4. Saling terhubung 5. Keterampilan dalam pengoprasian media sosial 	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>
Mata kuliah kewirausahaan (X3) Merupakan pembelajaran yang diterima mahasiswa mengenai materi dalam berwirausaha dan berusaha diaplikasikan dalam setiap akhir pembelajaran telah usai dilaksanakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menumbuhkan jiwa wirausaha 2. Menambah pengetahuan 3. Peka terhadap peluang bisnis di bidang kewirausahaan 	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>
Minat berwirausaha (Y) merupakan daya tarik yang muncul dalam diri mahasiswa untuk memulai sebuah usaha.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa percaya diri 2. Berorientasi pada tugas dan hasil 3. Berani mengambil resiko 4. Memiliki jiwa kepemimpinan 5. Keorisinilan 6. Berorientasi pada masa depan 7. Memiliki kreativitas 	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>

Sumber: Data Primer Diolah 2022

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis

responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti. Melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

1. Uji Persyaratan Instrumen

Sebelum penulis melakukan analisis regresi, maka penulis perlu melakukan uji persyaratan instrumen sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan cara pengukuran yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui ketepatan dan keakuratan suatu alat ukur. (Nabila, 2020). Suatu alat ukur dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r_{hitung} kita bandingkan dengan r_{tabel} , dimana $\alpha = 0,05$ dan $dk = n$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka alat pengukuran dikatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat pengukuran yang dipakai tidak valid. Dalam melakukan uji validitas ini penulis akan menggunakan metode komputerasi SPSS dengan teknik pengujian dengan rumus *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah responden tes

$\sum XY$ = Total perkiraan skor item dan soal

$\sum X$ = Jumlah skor butir pertanyaan

$\sum Y$ = Jumlah skor total

ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor butir pertanyaan

ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor total

Berikut adalah hasil uji coba validitas instrumen pada masing-masing variabel yang telah diujikan kepada 30 orang responden.

1) Persepsi tentang Resiko Usaha (X_1)

Berdasarkan hasil dari pengujian validitas angket pada variabel persepsi tentang resiko usaha dari 10 item pernyataan yang ada semua dinyatakan valid dimana nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga angket penelitian untuk variabel persepsi tentang resiko usaha berjumlah 10 item pernyataan. Berikut adalah hasil rekapitulasi uji validitas instrumen variabel persepsi tentang resiko usaha.

Tabel 7. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Persepsi tentang Resiko Usaha (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
X1.1	0,682	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.2	0,680	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.3	0,756	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.4	0,690	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.5	0,687	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.6	0,587	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.7	0,771	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.8	0,669	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.9	0,626	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X1.10	0,585	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

2) Perkembangan Media Sosial (X_2)

Hasil pengujian validitas variabel perkembangan media sosial dengan jumlah pernyataan sebanyak 14 item, dinyatakan bahwa terdapat 12 item valid dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan 2 item tidak valid. Sehingga hanya 12 item pernyataan yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 8. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Perkembangan Media Sosial (X₂)

Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Kondisi	Simpulan
X2.1	0,389	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.2	0,603	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.3	0,308	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Tidak Valid
X2.4	0,511	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.5	0,405	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.6	0,584	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.7	0,352	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Tidak Valid
X2.8	0,776	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.9	0,522	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.10	0,779	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.11	0,513	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.12	0,684	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.13	0,401	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X2.14	0,615	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

3) Mata Kuliah Kewirausahaan (X₃)

Hasil pengujian validitas variabel mata kuliah kewirausahaan yang terdiri dari 12 item pernyataan, dinyatakan bahwa seluruh item valid dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan dapat dipakai dalam penelitian.

Tabel 9. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Mata Kuliah Kewirausahaan (X₃)

Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Kondisi	Simpulan
X3.1	0,646	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.2	0,767	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.3	0,787	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.4	0,733	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.5	0,750	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.6	0,659	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.7	0,634	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.8	0,783	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.9	0,699	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.10	0,645	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.11	0,726	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
X3.12	0,633	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

4) Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan hasil dari pengujian validitas angket pada variabel minat berwirausaha dari 14 item pernyataan yang ada semua dinyatakan valid dimana nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga angket penelitian untuk variabel minat berwirausaha berjumlah 14 item pernyataan. Berikut adalah hasil rekapitulasi uji validitas instrumen variabel persepsi tentang resiko usaha.

Tabel 10. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Y1	0,670	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y2	0,718	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y3	0,644	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y4	0,763	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y5	0,565	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y6	0,433	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y7	0,575	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y8	0,727	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y9	0,762	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y10	0,723	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y11	0,637	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y12	0,767	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y13	0,743	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y14	0,771	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Alat pengukur didasarkan pada perbandingan atau komparasi antara hasil-hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang-ulang pada sejumlah subyek yang sama. Uji reliabilitas merupakan ukuran stabilitas dan konsistensi responden dalam menjawab suatu struktur pertanyaan yang disusun dalam bentuk angket (Wibowo, dkk., 2021). Pada program SPSS yang digunakan pada penelitian ini, metode yang digunakan

adalah metode *Alpha Cronbach*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas Instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$: Jumlah varians butir

σ_t^2 : Varians total

Kemudian dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 11. Interpretasi Reliabilitas Instrumen

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi
0,600 – 0,799	Tinggi
0,400 – 0,599	Cukup
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

(Rusman, 2017)

Berikut adalah hasil analisis uji reliabilitas instrumen penelitian pada masing-masing variabel terhadap 30 responden.

1) Persepsi tentang Resiko Usaha (X_1)

Uji reliabilitas pada instrumen penelitian variabel persepsi tentang resiko usaha dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan total sampel uji coba sebanyak 30 responden dan dihitung berdasarkan 10 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Persepsi tentang Resiko Usaha (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.866	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel persepsi tentang resiko usaha, dapat diketahui bahwa nilai *r Alpha* diperoleh sebesar 0,866. Maka dapat disimpulkan instrumen variabel persepsi tentang resiko usaha memiliki reliabilitas sangat tinggi.

2) Perkembangan Media Sosial (X₂)

Uji reliabilitas pada instrumen penelitian variabel perkembangan sosial media dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan total sampel uji coba sebanyak 30 responden dan dihitung berdasarkan 12 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Perkembangan Media Sosial (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.818	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel perkembangan sosial media, dapat diketahui bahwa nilai *r Alpha* diperoleh sebesar 0,818. Maka dapat disimpulkan instrumen variabel perkembangan sosial media memiliki reliabilitas sangat tinggi.

3) Mata Kuliah Kewirausahaan (X₃)

Uji reliabilitas pada instrumen penelitian variabel mata kuliah kewirausahaan dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan total sampel uji coba sebanyak 30 responden dan dihitung berdasarkan 12 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Mata Kuliah Kewirausahaan (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel mata kuliah kewirausahaan dapat diketahui bahwa nilai *r Alpha* diperoleh sebesar 0,903. Maka dapat disimpulkan instrument variabel mata kuliah kewirausahaan memiliki reliabilitas sangat tinggi.

4) Minat Berwirausaha (Y)

Uji reliabilitas pada instrumen penelitian variabel mata kuliah kewirausahaan dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan total sampel uji coba sebanyak 30 responden dan dihitung berdasarkan 14 item pernyataan yang dinyatakan valid, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	14

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel minat berwirausaha dapat diketahui bahwa nilai r *Alpha* diperoleh sebesar 0,909. Maka dapat disimpulkan instrumen variabel minat berwirausaha memiliki reliabilitas sangat tinggi.

2. Uji Persyaratan Regresi Linier (Uji Asumsi Klasik)

Uji asumsi klasik digunakan agar koefisien regresi tidak bias dan pengambilan keputusan mendekati keadaan yang sebenarnya. Uji asumsi klasik terdiri dari uji linearitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel yakni variabel bebas dan variabel terikat apakah linear atau tidak (Widana dan Muliani, 2020: 47). Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, perlu terlebih dahulu dilakukan uji linear untuk memastikan bahwa regresi bersifat linear agar penelitian dapat dilanjutkan. Kriteria dari linearitas menggunakan signifikansi dari *deviation from linearity* jika nilai lebih dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linier namun apabila nilai kurang dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel. Model yang digunakan pada uji ini yaitu analisis variansi ANOVA.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian mempunyai kesamaan unsur (Widana dan Muliani, 2020: 55). Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan metode TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan kriteria pengujian:

- 1) Jika nilai *tolerance* dan $VIF \geq 10$ maka variabel-variabel bebas yang akan diuji tidak memiliki gejala multikolinearitas.

2) Jika nilai *tolerance* dan $VIF \leq 10$ maka variabel-variabel bebas yang akan diuji memiliki gejala multikolinearitas (Widana dan Muliani, 2020: 55).

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan dengan tujuan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya (Wibowo, dkk., 2021). Metode dalam penelitian ini memakai metode uji autokorelasi yaitu statistik *Durbin-Watson*. Dengan kriteria pengambilan keputusan, apabila nilai statistik *Durbin-Watson* berada diantara nilai dU hingga $(4 - dU)$ dengan $k =$ jumlah variabel bebas dan $n =$ total sampel, asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji asumsi klasik yang harus dilakukan dalam analisis regresi dan digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan atau tidak dalam suatu analisis regresi (Widana dan Muliani, 2020: 65). Model penelitian yang baik adalah tidak terdapat heteroskedastisitas Ghozali (dalam Widana dan Muliani, 2020: 66). Sehingga dapat dikatakan tidak terdapat penyimpangan antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lainnya.

Pendekatan yang digunakan yaitu *rank* korelasi dari *spearman* (*spearman's rank correlation*). Kriteria yang dipakai untuk menerangkan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan memakai harga koefisien signifikan dengan membandingkan tingkat α yang ditentukan, sehingga dapat ditetapkan tidak terjadi heteroskedastisitas diantara data pengamatan.

Dengan kriteria pengujian, apabila nilai $\text{sig. (1-tailed)} \leq 0,05$ maka dapat dinyatakan persamaan regresi yang terbentuk mengandung gejala

heteroskedastisitas diantara data pengamatan tersebut atau tolak H_0 , demikian sebaliknya apabila nilai sig. (1-tailed) $\geq 0,05$ maka dapat dinyatakan persamaan regresi yang terbentuk tidak mengandung gejala heteroskedastisitas diantara data pengamatan atau terima H_0 (Rusman, 2015).

3. Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan sementara tentang suatu tingkah laku, gejala, atau kejadian tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Menurut Wardani (2020: 15) menjelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara yang digunakan oleh peneliti sehingga perlu diuji kebenarannya terlebih dahulu. Jadi hipotesis merupakan rumusan jawaban sementara yang harus diuji kebenarannya dengan data yang dianalisis dalam kegiatan penelitian. Analisis regresi digunakan untuk memperkirakan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

a. Pengujian Secara Parsial

Pengujian secara parsial dilakukan untuk menguji hipotesis pertama, kedua, ketiga, dan keempat. Variabel yang akan dikorelasikan terdiri dari variabel X sebagai variabel bebas dan variabel Y sebagai variabel terikat, adapun rumusnya sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Rumus mencari nilai a dan b adalah:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

\hat{Y} = Subjek dalam variabel yang diprediksikan

a = Nilai *intercept* (konstanta) atau jika harga X= 0

b = Koefisien arah regresi penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan atau penurunan variabel Y

X = Subjek pada variabel bebas yang memiliki nilai tertentu

Y = Variabel terikat

Dengan mendapatkan hasil taraf signifikansi digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut.

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan :

b = parameter estimasi dari X

se = Standar error

Kriteria pengujian melalui uji t dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada $\alpha = 0,5$. Apabila hasil perhitungan menunjukkan:

1. Jika tingkat signifikan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika tingkat signifikan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Pengujian Secara Simultan

Pengujian secara simultan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi multiple. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksi untuk variabel

a = Nilai konstanta

b = Koefisien arah regresi

X = Variabel bebas

Langkah selanjutnya yakni melakukan uji F, yakni pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara simultan dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (Risandi, dkk., 2021). Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara keduanya digunakan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

- F = F hitung Selanjutnya dibandingkan dengan F tabel
- R² = Koefisien determinasi
- K = Jumlah variabel
- N = Banyaknya sampel

F dari hasil perhitungan nantinya akan dibandingkan dengan perolehan dari F_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikan level 5% atau dengan menggunakan *degree freedom* = k (n-k-1) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak.

Jika H_o diterima, maka diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga, tidak signifikan pengaruh dari variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terkait.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data serta hasil uji hipotesis yang telah dilakukan pada persepsi tentang resiko usaha, perkembangan media sosial, dan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022, didapat kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh persepsi tentang resiko usaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap resiko dalam usaha maka akan semakin tinggi minat untuk memulai bisnis nya sendiri di kemudian hari. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan mampu menjadi seseorang yang dapat mengeksplor pemikiran serta pengalaman yang didapatkan dan berani untuk melangkah dalam setiap keadaan yang sedang dihadapi, guna membentuk kepribadian yang lebih baik, tidak pantang menyerah dan berani untuk terus mencoba hal-hal baru.
2. Ada pengaruh perkembangan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik dan positif mahasiswa dalam memahami dan memanfaatkan perkembangan media sosial, maka akan meningkatkan minat untuk berwirausaha di kemudian hari. Selain itu, dengan berbagai kemudahan dan manfaat yang diberikan, mahasiswa dapat lebih mudah untuk mengekspresikan dan mengembangkan diri dalam berwirausaha melalui media sosial yang beragam. Hal ini menjadi sarana bagi mahasiswa yang ingin memulai dan mengembangkan usahanya sendiri.

3. Ada pengaruh mata kuliah kewirausahaan terhadap minat minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman terhadap mata kuliah kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa maka semakin tinggi pula minat berwirausaha yang dimiliki mahasiswa, pengetahuan, pengalaman, serta bekal ilmu yang diberikan oleh dosen dapat menjadi pendorong semangat mahasiswa untuk ikut terjun kedalam dunia usaha dan menjadikan dirinya sebagai seorang entrepreneur.
4. Ada pengaruh secara simultan persepsi tentang resiko usaha, perkembangan sosial media, dan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022. Hal ini membuktikan apabila mahasiswa memiliki persepsi yang tinggi terhadap resiko usaha dan ditambah dengan pemahaman dan pemanfaatan pada sosial media serta pengetahuan mengenai kewirausahaan, maka tidak menutup kemungkinan bahwa akan meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung di kemudian hari.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi tentang resiko usaha, perkembangan media sosial, dan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung tahun 2022, maka saran yang ingin diberikan oleh peneliti sebagai berikut.

1. Pemahaman persepsi tentang resiko usaha masih cukup rendah, sehingga mahasiswa diharapkan dapat terus melatih diri, menambah wawasan agar semakin berani serta berpikir kritis terhadap segala sesuatu yang dihadapi, dan menghasilkan solusi terbaik dibalik permasalahan yang dihadapinya terlebih dalam menjalankan proses berwirausaha.

2. Mahasiswa perlu menambah wawasan mengenai kewirausahaan dan memperluas relasi untuk berbagi pengalaman yang didapatkan dan ilmu yang ingin diketahuinya melalui media sosial yang dimiliki, serta mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan fokus, pemahaman dalam mempelajari mata kuliah kewirausahaan, dan berani mempraktikkan ilmu yang didapatkan, sehingga dapat meningkatkan semangat mahasiswa untuk menjadi seorang wirausahawan.
3. Bagi program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung, dapat terus mempertahankan salah satu keunggulannya dalam membentuk dan mencetak mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang berjiwa *entrepreneur*, hal ini dibuktikan dengan semakin baik pemahaman mahasiswa mengenai kewirausahaan, dan terus terlahirnya para wirausahawan baru dari mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.
4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk perbaikan bagi kedepannya serta dapat memperluas jangkauan penelitian, menambahkan objek-objek lain di masyarakat, menyempurnakan model penelitian, menambahkan teori pendukung atau variabel tambahan dan jumlah sampel yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Acs, Z. J., Szerb, L. (2019). *The Global Entrepreneurship Index 2019*. Washington, D.C: *The Global Entrepreneurship And Development Institute (GEDI)*.
- Afifah. S. (2018). Pengaruh Perilaku Pengambilan Resiko Dan Kelompok Referensi Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Nurul Huda Kabupaten Oku Timur. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*.
- Banjarnahor, A. R., dkk. (2022). *Social Media Marketing dan Bisnis Modern*. Yayasan Kita Menulis.
- Bautarbutar, M., dkk. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Bhaskara, F. A., dkk. (2020). *Media dan Perkembangan Budaya*. Malang: Intrans Publishing Group.
- Cahyono, A. S. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*.
- CCED, UPT Pengembangan Kairir dan Kewirausahaan Universitas Lampung. 2020.<https://cced.unila.ac.id/wpcontent/uploads/2020/07/Laporan%20Ke%20giatan%20Tracer%20Study%202019%20-%20FKIP%20-%20S1%20-%20Pendidikan%20Ekonomi.pdf>. Diakses pada 6 Agustus 2022.
- Darwin, M., dkk. (2020). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Dewi, G. C. (2019). Dampak Pemakaian Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Mikro (Studi Pada Usaha Makanan Kaki Lima). *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia*.
- Dewi, K., dkk. (2020). *Manajemen Kewirausahaan*. Deepublish.
- Dhira, B. N., dkk. (2021). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Economic cs Journal*.

- DS, G. O., & Trimeiningrum, E. (2018). Pengaruh Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Makanan Ringan Di Kota Semarang. *JEMAP : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan*.
- Firman,. (2018). *Terampil Menulis Karya Ilmiah*. Makassar: Aksara Timur.
- Gaddam, & Soumya., (2008). *Identifying the Relationship Between Behavioral Motives and Entrepreneurial Intention: An Empirical Study Based Participations of Business Management Students. The Icfaian Journal of Management Research*.
- Hardani, Andriani, H., & Ustiawaty, J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu .
- Hasan, M., dkk. (2022). *Pendidikan Kewirausahaan*. Tahta Media Group.
- Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah: Manfaat dan Resiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*.
- 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 Entrepreneur*.
- Hutahaean, J., dkk. (2022). *Literasi Digital Bijak Dalam Berekspresi dan Bermedia Sosial*. Yayasan Kita Menulis.
- Ismanti, K., & Prianto, S. I. (2021). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Unindra*.
- Jayani, D. H. (2019). Peringkat Kewirausahaan Indonesia Nomor Dua Terendah di ASEAN.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublishdata/2019/10/04/peringkat-kewirausahaan-indonesia-nomor-dua-terendah-di-asean>. Diakses pada 20 Juni 2022
- Kadarudin. (2020). *Cerdas Bermedia Sosial dari Kacamata Hukum Dr. Kadarudin*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Khoiridah, S., dkk. (2022). *Padamu Negeri Kami Mengabdikan (Ekonomi, Ilmu Administrasi, Ilmu Komunikasi, dan Hukum)*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kusumadewi, A. N. (202). Implementasi Jiwa Wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta. *E-QIEN Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

- Manurung, A., (2008). *Modal Untuk Bisnis UMKM*. Jakarta: Kompas Media Nusantara
- Matondang, A. (2018). Pengaruh Antara Minat dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*.
- Muklis, F., dkk. (2021). Analisis Faktor Pendidikan Kewirausahaan, Religiositas, Motivasi, dan Lingkungan Sosial yang Mempengaruhi Entrepreneurial Intention. *Jurnal Al-Iqtishad*.
- Nabila, D., Elvaretta, O., & Zahira, G. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: Intrans Publishing Group.
- Najmudin., dkk (2022) *Teori Planned Behavior dan Asuransi Syariah*. Media Sains Indonesia.
- Nida. H. S., & Atmaja. H. E. (2021). Analisis Pengaruh Keberhasilan Diri, Toleransi Akan Risiko, dan Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Motivasi Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Tidar). *Business Management Analysis Journal*.
- Nofriser., dkk. (2022). *Pengantar Kewirausahaan*. Jawa Barat: Adanu Abitama.
- Paramita, R. W., dkk. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jawa Timur: Widyagama Press.
- Pradana, B. I., & Safitri, R. (2020). Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Mental Wirausaha terhadap Minat Wirausaha. *IQTISHODUNA*.
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari dan Administrasi*.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*.
- Ramadhani, N. T., & Nurnida, I. (2017). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ecodemica*.
- Risandi, I. A., Muryati, & Darma, B. (2021). Pengaruh Keselamatan Kerja dan Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Panen Kelapa Sawit pada PT. Pratama Agro Sawit Terusan. *Jurnal Mahasiswa*.
- Rimadani. F, & Murniawaty, I. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Business Center dan Kreativitas Siswa Terhadap Jiwa Berwirausaha Siswa. *Economic Education Analysis Journal*.

- Rusman, T. (2015). *Statistika Penelitian (Aplikasinya Dengan SPSS)*. Bandar Lampung: Bahan Ajar.
- Rusman, T. (2017). *Statistika Parametrik*. Bandar Lampung: Bahan Ajar.
- Satrionugroho, B. & Tomo, S. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Sinar Nusantara*.
- Simon.(2022). Digital 2022: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. Diakses pada 25 Juni 2022.
- Sinaga, L. R., dkk. (2021). *Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Yayasan Kita Menulis.
- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*.
- Suharyono. (2017). Sikap dan Perilaku Wirausahawan. *Jurnal Ilmu dan Budaya*.
- Sukirman., Afif, Z. (2021). Pengaruh Pemahaman Kewirausahaan, Pelatihan Kewirausahaan, dan Minat Berwirausaha dalam Upaya Peningkatan Produktivitas Usaha. *FOCUS Journal of Social Studies*.
- Sumiaty, N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kewirausahaan Pada Generasi Milenial. *Jurnal Sosial dan Politik*.
- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla. R. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*.
- Veryani. A. N., dkk. (2022). *Kewirausahaan Biologi*. Media Sains Indonesia.
- Wardana, M. A., dkk (2022). *Kewirausahaan dan Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Wardani, D. K. (2020). *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif dan Asosiatif)*. LPPM Universitas KH.A Wahab Hasbullah.
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang: Klik Media.
- Wibowo, F. E., dkk. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Persepsi Risiko, Lingkungan Teknologi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus di Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor). *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB)*.

- Wibowo, S., & Pramudana, K. A. S. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Yang Dimediasi Oleh Sikap Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Widodo, S., dkk. (2021). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Semester 3 Universitas Pamulang. *Jurnal Ilmiah Feasible Bisnis, Kewirausahaan dan Koperasi*.
- Winowod. N. A., dkk. (2018). Pengaruh Inovasi dan Keberanian Mengambil Risiko Terhadap Kinerja Produk Dengan Intesitas Persaingan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Cafe-Cafe di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Wulandari, A., & Deliabilda, S. A. (2020). Keberanian Mengambil Risiko Bisnis pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*.
- Yanti, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
- Zulkifli., & Meifiani, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau. *Jurnal Tanarru' : Islamic Banking and Finance*.