

**PENGARUH KEPERIBADIAN, PENGETAHUAN,
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT
MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

FARDHU AKMAL NASUTION

NIM. 20 402 00224

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**PENGARUH KEPERIBADIAN, PENGETAHUAN,
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT
MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

FARDHU AKMAL NASUTION

NIM. 20 402 00224

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH KEPERIBADIAN, PENGETAHUAN,
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT
MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA**




SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*


Oleh

FARDHU AKMAL NASUTION
NIM. 20 402 00224

PEMBIMBING I


Dr. Sarmiana Baubara, M.A
NIP. 198603272019032012

PEMBIMBING II


Samsuddin Muhammad, S.E, M.Si
NIP. 198612052020121007

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

2025

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **FARDHU AKMAL NASUTION**

Padangsidempuan, 20 Mei 2025

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan

Di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **FARDHU AKMAL NASUTION** yang berjudul **"PENGARUH KEPERIBADIAN, PENGETAHUAN, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 19860327019032012

PEMBIMBING II



Samsuddin Muhammad, S.E, M.Si
NIP. 198612052020121007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fardhu Akmal Nasution
NIM : 20 402 00224
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Juni 2025

Saya yang Menyatakan,



Fardhu Akmal Nasution
NIM. 20 402 00224

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fardhu Akmal Nasution
NIM : 20 402 00224
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Padangsidempuan
Pada Tanggal: Juni 2025

Saya yang Menyatakan,



Fardhu Akmal Nasution
Nim. 20 402 00224



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : FARDHU AKMAL NASUTION
NIM : 2040200224
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha

Ketua

Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIDN. 2026056902

Sekretaris

Samsuddin/Muhammad, M.Si.
NIDN. 0105128603

Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIDN. 2026056902

Anggota

Samsuddin/Muhammad, M.Si.
NIDN. 0105128603

Nando Fahrizal, M.E.
NIDN. 2019109402

Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa / 24 Juni 2025
Pukul : 08.00 WIB s.d. Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 80 (A)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,57
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, dan Media Sosial
Tehadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha
Nama : Fardhu Akmal Nasution
NIM : 2040200224

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah



Padangsidempuan, 03 September 2025
Dekan,


Prof. Dr. Darwis Harahap, S. HL, M. SI
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Fardhu Akmal Nasution
Nim : 2040200224
Judul Skripsi : Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, Dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan).

Mahasiswa yang merasa kepribadiannya tidak ada menjadi wirausahawan karena kurang percaya diri dalam hal berwirausaha, Mahasiswa yang merasa pengetahuannya tidak ada menjadi wirausahawan karena ketidak tahunnya dalam hal berwirausaha. Mahasiswa yang merasa media sosial tidak ada menjadi wirausahawan karena tidak bijak dalam menggunakan media sosial. oleh karena itu mahasiswa kurang minat dalam berwirausaha, terutama mahasiswa prodi Ekonomi Syariah. Oleh karena itu menyebabkan mahasiswa prodi ekonomi syariah kurang minat membuka usaha atau menjadi wirausahawan. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepribadian terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Untuk mengetahui apakah ada kepribadian, pengetahuan, dan media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan angkatan 2020 prodi ekonomi syariah dengan total populasi sebanyak 238 orang. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 70 orang. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala ordinal untuk mengukur variabel pengaruh kepribadian, pengetahuan, dan media sosial dan minat berwirausaha mahasiswa. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien regresi secara parsial (uji t), uji koefisien regresi secara smultan (uji f) dan uji koefisien determinasi (uji R²). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara Parsial Kepribadian berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2020 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Secara Parsial Pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Secara Parsial Media Sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Kepribadian, Pengetahuan, dan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada prodi ekonomi syariah angkatan 2020 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Kata Kunci: Media Sosial, Minat Berwirausaha, Kepribadian, dan Pengetahuan

ABSTRACT

Name : Fardhu Ikmal Nasution
Reg. Number : 2040200224
Thesis Title : The Influence of Personality, Knowledge, and Social Media on Students' Interest in Entrepreneurship (A Case Study of Students from the Sharia Economics Program at FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan).

Students who feel that their personality does not exist become entrepreneurs because they lack confidence in entrepreneurship, students who feel that their knowledge does not exist become entrepreneurs because they are not old in terms of entrepreneurship. Students who feel that social media does not exist become entrepreneurs because they are not wise in using social media. Therefore, students are less interested in entrepreneurship, especially students of the Sharia Economics study program. Therefore, it causes students of the sharia economics study program to be less interested in opening a business or becoming entrepreneurs. The purpose of writing this thesis is to find out whether there is an influence of personality on students' interest in entrepreneurship. To find out if there is an influence of knowledge on students' interest in entrepreneurship. To find out if there is an influence of social media on students' interest in entrepreneurship. To find out if there is personality, knowledge, and social media to students' interest in entrepreneurship. The type of research used is a quantitative research method. The population of this study is FEBI UIN Syahada Padangsidempuan students class of 2020 in the sharia economics study program with a total population of 238 people. The research sample was taken using *the purposive sampling* technique with a sample of 70 people. Data were collected using an ordinal scale questionnaire to measure the variables influencing personality, knowledge, and social media and students' entrepreneurial interests. The data analysis techniques used were validity test, reliability test, descriptive statistics, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, partial regression coefficient test (t test), supplemental regression coefficient test (f test) and determination coefficient test (R² test). The results of the study show that Partially Personality affects students' interest in entrepreneurship in the class of 2020 Islamic economics students of UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Partially Knowledge affects students' interest in entrepreneurship. Partially, Social Media affects students' interest in entrepreneurship. Personality, Knowledge, and Social Media have a positive and significant effect on students' interest in entrepreneurship in the 2020 batch of Islamic Economics Study Program of UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Keywords: Social Media, Entrepreneurial Interest, Personality, and Knowledge

ملخص البحث

الاسم	:فرض إكمال ناسطيون
رقم التسجيل	: ٢٠٤٠٢٠٠٢٢٤
عنوان البحث	: تأثير الشخصية، المعرفة، ووسائل التواصل الاجتماعي على اهتمام الطلاب في ريادة الأعمال (دراسة حالة طلاب برنامج الاقتصاد الشرعي بكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية بجامعة الشهادة باندانغسيديمبوان)

الطلاب الذين يشعرون بأن شخصيتهم غير موجودة ليصبحوا رواد أعمال بسبب عدم ثقتهم في ريادة الأعمال، الطلاب الذين يشعرون بأن معرفتهم غير موجودة ليصبحوا رواد أعمال بسبب قلة خبرتهم في ريادة الأعمال. الطلاب الذين يشعرون بأن وسائل التواصل الاجتماعي غير موجودة ليصبحوا رواد أعمال بسبب عدم حكمتهم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي فإن الطلاب الذين يشعرون بأن وسائل التواصل الاجتماعي غير موجودة ليصبحوا رواد أعمال بسبب عدم اهتمامهم بريادة الأعمال وخاصة طلاب برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي. ولذلك، فإن ذلك يجعل طلاب برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي يفتقرون إلى الاهتمام بفتح مشروع تجاري أو أن يصبحوا رواد أعمال. الغرض من كتابة هذه الأطروحة هو تحديد ما إذا كان هناك تأثير للشخصية على اهتمام الطلاب بريادة الأعمال. معرفة ما إذا كان هناك تأثير للمعرفة على اهتمام الطلاب بريادة الأعمال. معرفة ما إذا كان هناك تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على اهتمام الطلاب بريادة الأعمال. لمعرفة ما إذا كان هناك تأثير للشخصية والمعرفة ووسائل التواصل الاجتماعي على اهتمام الطلاب بريادة الأعمال. نوع البحث المستخدم هو أساليب البحث الكمي. مجتمع هذه الدراسة هم طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية في جامعة عين سيادا بادانغسيديمبوان في كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية دفعة 2020 من برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي بإجمالي عدد الطلاب 238 شخصاً. أخذت عينة البحث باستخدام أسلوب أخذ العينات الانتقائية بحجم عينة إجمالي قدره 70 شخصاً. جمعت البيانات باستخدام استبيان بمقياس ترتيبي لقياس التأثير المتغير للشخصية والمعرفة ووسائل التواصل الاجتماعي واهتمام الطلاب بريادة الأعمال. تقنيات تحليل البيانات المستخدمة هي: اختبار الصلاحية، واختبار الموثوقية، والإحصاءات الوصفية، واختبار المعيارية، واختبار تعدد التباين، واختبار التباين، واختبار الانحدار الخطي المتعدد، واختبار معامل الانحدار الجزئي، واختبار معامل الانحدار المتزامن، واختبار معامل التحديد. أظهرت النتائج أن الشخصية تؤثر بشكل جزئي على اهتمام الطلاب بريادة الأعمال في صف طلبة الاقتصاد الشرعي ٢٠٢٠ في جامعة الشيخ علي حسن أحمد أداري بادانغسيديمبوان. تؤثر المعرفة جزئياً على اهتمام الطلاب بريادة الأعمال. تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي جزئياً على اهتمام الطلاب بريادة الأعمال. الشخصية والمعرفة ووسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي وهام على اهتمام الطلاب بريادة الأعمال في برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي ٢٠٢٠ في صف طلاب الاقتصاد الشرعي في جامعة عين الشيخ علي حسن أحمد أداري بادانغسيديمبوان.

الكلمات المفتاحية وسائل التواصل الاجتماعي والاهتمام بريادة الأعمال والشخصية والمعرفة

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayahNya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, Dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan).”**. Sholawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya. Secara rinci ungkapan terimakasih ini disampaikan kepada:

1. Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr.H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Bapak Dr.Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, disertai oleh Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, serta seluruh Civitas Akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A sebagai pembimbing I dan Bapak Samsuddin Muhammad, S.E, M. Si sebagai pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
6. Kepala perpustakaan Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu penulis dalam hal mengadakan buku-buku penunjang skripsi.

7. Kepada yang Teristimewa Duniaku, Ayahku Ahmad Shaleh Nasution dan Ibuku Efi Mulyati Siregar. Keduanya aku sangat berterimakasih telah memberiku pengalaman hidup yang tak banyak didapatkan oleh sebagian orang. Denganmu saya belajar menjadi seseorang yang kuat dan ikhlas. Seribu maaf kuucapkan untuk bapak, maaf untuk sekujur tubuh yang tak pernah lepas dari keringat karena untuk masa depanku, maaf bapak juga harus rela mempertaruhkan nyawa setiap waktu. Dan terimakasih untuk sejuta kasih yang ayah dan Ibu berikan hingga saya tak pernah merasa kurang.
8. Kakakku Ilva Octaviana Dewi, Elma Fadma Nolda Nasution, dan Abangku Ega Permana Nasution,, yang telah menyayangi, dan mengasihi adik-adiknya, senantiasa memberikan do'a, motivasi, dorongan, semangat, dan memberi material ataupun imaterial menjadi garda terdepan untuk melindungi serta menjadi satu-satunya alasan penulis untuk menjadi orang yang memiliki mimpi yang tinggi sehingga selalu berusaha untuk menjadi lebih baik sehingga penulis semakin bersungguh-sungguh dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teruntuk teman penulis, Ihsan Alwi Harahap, Rika Diana Siregar, Hazrul Aswad Sihombing, Abdus Sukri Nasution, Mhd. Riski Aritonang, Ismail Hasibuan, Julianti Piliang, Aspi Anggreini Pulungan, Ardila Nasution, dan Khatifah Aisah Harahap. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
10. Terimakasih saya ucapkan kepada rekan-rekan prodi Ekonomi Syariah Nim 20 yang sudah ikut berpartisipasi dalam penelitian ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik untuk usaha mulia penulis ini. Akhir kata, penulis berterima kasih kepada Allah SWT karena telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa mereka memiliki kemampuan dan pengalaman yang terbatas. penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk membantu menyempurnakan karya tersebut.

Padangsidempuan, Mei 2025
Peneliti,

Fardhu Akmal Nasution
NIM.2040200224

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	‘a	‘	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	‘al	‘	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En´
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..´..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	<i>Faṭḥah</i>	A	A
—	<i>Kasrah</i>	I	I
—و	<i>Ḍommah</i>	U	U

- b. Vokal Rankap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasi gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....ا.....ى	fathah dan alif atau ya	—	a dan garis atas
ى.....ى	Kasrah dan ya	—	i dan garis di bawah
و.....و	ḍommah dan wau	—	u dan garis di atas

3. Ta Mar butah

Transliterasinya untuk *ta mar butah* ada dua:

- a. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara katasandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu kersmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA MUNAQASYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Defenisi Operasional Variabel	10
F. Tujuan Penelitian	12
G. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	14
1. Wirausaha dan Kewirausahaan	14
a. Pengertian Wirausaha.....	14
b. Pengertian Kewirausahaan	14
c. Konsep Kewirausahaan Dalam Islam.....	15
d. Transaksi Yang Dilakukan Berdasarkan Syariat Islam	19
2. Minat Berwirausaha	19
a. Pengertian Minat Berwirausaha	19
b. Indikator Minat Berwirausaha.....	20
c. Faktor-Faktor Yang Mendorong Minat Berwirausaha.....	22
3. Kepribadian Wirausaha	22
a. Pengertian Kepribadian	22
b. Faktor-Faktor Penentu Kepribadian	23
c. Faktor-Faktor Kepribadian Yang Membentuk Minat Berwirausaha	24
d. Hubungan Kepribadian dan Minat Berwirausaha	24

e. Indikator Kepribadian.....	25
4. Pengetahuan	26
a. Pengertian Pengetahuan	26
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan	26
c. Ayat yang Berkaitan Dengan Pengetahuan	27
d. Indikator Pengetahuan	28
5. Media Sosial	28
a. Pengertian Media Sosial	28
b. Indikator Media Sosial	31
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir	39
D. Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	41
B. Jenis Penelitian	41
C. Populasi dan sampel	41
D. Instrumen Pengumpulan Data	43
E. Analisis Data	45
1. Uji Instrument	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Realibilitas.....	46
2. Uji Asumsi Klasik	47
a. Uji Normalitas Data	47
3. Uji Multikolinaritas	47
4. Uji Heteroskedasitas.....	48
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
6. Uji Hipotesis.....	49
a. Uji Parsial (Uji t)	49
b. Uji Signifikan Simultan (Uji t).....	49
7. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	51
2. Visi dan Misi	52
B. Deskripsi Data Penelitian.....	53
C. Hasil Analisis Data.....	55
1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	55
a. Hasil Uji Validitas	55

b. Hasil Uji Reliabilitas	57
2. Uji Asumsi Klasik	58
a. Hasil Uji Normalitas	58
3. Hasil Uji Multikolinearitas	59
4. Hasil Uji Heterokedastisitas	60
5. Statistik Deskriptif	60
6. Analisis Regresi Linear Berganda	62
7. Hasil Uji Hipotesis	63
a. Hasil Uji Parsial (Uji t)	63
b. Hasil Uji Simultan (Uji F)	65
8. Hasil Uji Koefisien Determinasi	65
D. Hasil Penelitian dan Pembahasan	66
1. Pengaruh Kepribadian Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan	66
2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan	68
3. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan	70
4. Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, Dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan	71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	72
B. Implikasi Hasil Penelitian	73
C. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha	4
Tabel 1.2 Depinisi Operasional.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Skala Likert	44
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Angket	44
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Uji Validitas Kepribadian (X1).....	55
Tabel 4.4 Uji Validitas Pengetahuan (X2)	55
Tabel 4.5 Uji Validitas Media Sosial (X3).....	56
Tabel 4.6 Uji Validitas Minat Berwirausaha.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas Berganda.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedatisitas	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Krisis ekonomi yang melanda Negara kita mengakibatkan di dunia usaha mengalami penurunan. Hal ini berdampak pada dunia kerja yang kurangnya lapangan kerja dan dimana masyarakat sangat membutuhkan pekerjaan. Akhirnya muncullah pengangguran yang begitu banyak yang akan berakibat pada tingkat perekonomian di Negara kita. Dimana seperti yang kita ketahui Indonesia adalah Negara yang memiliki sumber kekayaan yang melimpah. Hal ini dapat memberikana keuntungan di perekonomian di Indonesia. Namun kenyataannya sekarang kita lihat banyak warga Indonesia yang tidak memiliki pekerjaan atau pengangguran. Permasalahan yang timbul tersebut dapat diatasi dengan cara berwirausaha dan menjadi pengusaha merupakan salah satu cara untuk mengatasi masalah pengangguran.

Wirausahawan adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan¹. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri ataupun berkelompok. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan.²

¹ Ahmad Zul Kifly and Syamsu A Kamaruddin, "Konsep Kewirausahaan Dan Wirausaha," Jurnal Inovasi Pendidikan 7, no. 2 (2024), hlm, 36.

² Zandra Dwanita Widodo et al., "Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil," 2022, hlm, 2.

Wirausaha merupakan orang yang modal utamanya adalah ketekunan dan didasari sikap yang percaya diri, kreatif, dan mendirikan usaha dengan modalakan keberanian menanggung resiko³. Akan tetapi, Menurut Saudari Rizka Anggina beliau mengatakan lebih baik bekerja di perusahaan dibandingkan dengan membuka usaha atau menjadi wirausahawan. Karena kepribadian saudari tidak ada di dunia bisnis ataupun di dunia usaha. Maka dari itu saudari mengatakan lebih menginginkan bekerja di perusahaan dibandingkan membuka usaha atau menjadi wirausahawan.

Secara bahasa minat adalah kecendrungannya hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ingin tahu pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.⁴

Adapun minat berwirausaha dapat dilihat dari kesedian dalam bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya, kesedian menanggung berbagai macam resiko berkaitan pada tindakan berusaha yang dilakukannya, bersedia menempuh jalur dan cara baru, kesedian hidup hemat, kesedian dari belajar yang dialaminya⁵. Untuk mendirikan usaha atau berwirausaha diperlukan modal usaha yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha.

Untuk menumbuhkan jiwa minat berwirausaha salah satu faktornya yaitu dengan motivasi diri sendiri atau motivasi dari luar. Motivasi juga ini penting

³ Muhammad Rifa'i and Husinsah Husinsah, "Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil," 2022.

⁴ Johannes V A A Koa and Karmila Dwi Lestari Mutia, "Pengaruh Persepsi, Motivasi, Minat, Dan Pengetahuan Tentang Pajak Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Cendana Terhadap Pilihan Berkarir Di Bidang Perpajakan," Jurnal Akuntansi: Transparansi Dan Akuntabilitas 9, no. 2 (2021), hlm, 139

⁵ Mariatul Kiftia, Yuswardi Yuswardi, and Ardia Putra, "Study Discovery Learning Mahasiswa Keperawatan Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Masa Pembelajaran Daring," Idea Nursing Journal 12, no. 1 (2021): 1–5.

untuk memutuskan masuk ke dunia bisnis, karena karakter seseorang menunjukkan apakah dia mampu dalam hal memilih di dunia bisnis dalam hal bersaing⁶.

Banyak dari kita yang mempunyai keinginan dan ambisi besar, tetapi kurang mempunyai inisiatif dan kemauan mengambil langkah untuk mencapai langkah kesuksesan karena kurangnya pendorong motivasi dari dalam diri sendiri.

Seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan. Menurut Michael Haris yang dikutip oleh Suryana bahwa wirausaha yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi yaitu yang memiliki ilmu pengetahuan.⁷

Pengetahuan kewirausahaan menimbulkan keinginan yang mendorong seseorang melakukan kegiatan usaha dengan memanfaatkan fasilitas lingkungan kampus. Pengetahuan kewirausahaan diperoleh mahasiswa dari konsep teori dan beberapa sumber lain seperti internet, televisi, melalui pembelajaran mata kuliah dan melalui Entrepreneurship Day. Pengetahuan kewirausahaan mendukung nilai-nilai wirausaha terutama bagi mahasiswa, sehingga diharapkan menumbuhkan jiwa usaha untuk berwirausaha. Motivasi dan pengetahuan berwirausaha sangat berperan penting bagi mahasiswa yang berwirausaha agar dapat mengenali suatu

⁶ Syarifah Aini, "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa" (IAIN Padangsidempuan, 2020).

⁷ Suryana Suryana and Kartib Bayu, "Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses," Jakarta: Salemba Empat, 2014.

pelung usaha, kemudian memanfaatkan peluang usaha sebagai peluang kerja baru.⁸

Tabel 1.1 Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha

NO	NAMA	MINAT WIRAUSAHA	MAHASISWA MEMILIKI USAHA	MINAT BEKERJA DI PERUSAHAAN
1	ROHIMANNUR HARAHAHAP	✓	✓	-
2	RIZKA ANGGINA	✓	✓	-
3	HELSE YANI SIREGAR	✓	✓	-
4	ARINAL RAHMAN BATUBARA	✓	✓	-
5	WINA AULIANTY	✓	✓	-
6	NINA SAPUTRI BATUBARA	✓	✓	-
7	RIKA HARDIANTI	✓	✓	-
8	RENI HERIYANI SIREGAR	✓	✓	-
9	NURATIKAH HANDAYANI	✓	✓	-
10	FIRZA KHARANY	✓	✓	-
11	NABIL MUHARRAM	✓	✓	-
12	LINDA ANITA	-	-	✓
13	ASTIKA ALFIANI	-	-	✓
14	FARIS MUHAMMAD	-	-	✓
15	ALVAN RIZKY HARAHAHAP	-	-	✓
16	DINA LESTARI LUBIS	-	-	✓
17	NABIL MUHARRAM	-	-	✓
18	EDI SAPUTRA HARAHAHAP	-	-	✓
19	SAIMARITO HARAHAHAP	-	-	✓
20	TIARA SALSABILA	-	-	✓
21	DICKY	-	-	✓

⁸ Yudi Akhmad Sadeli and Andi Patiware, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Pengetahuan Akuntansi, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha," YUME: Journal of Management 4, no. 3 (2021), hlm, 2

	KURNIAWAN			
22	ABDUL RAJA	-	-	✓
23	IRMA HERAWATI	-	-	✓
24	ADINDA FITRI SAKINAH	-	-	✓
25	DESI HARYANI	-	-	✓
26	MISBAH SURYANI	-	-	✓
27	MANDA AULIA PUTRI	-	-	✓
28	ALI MUSBAR RAMBE	-	-	✓
29	NOVA AMELYA	-	-	✓
30	DESVI AMALIA	-	-	✓

Berdasarkan hasil pra riset awal yang telah peneliti lakukan pada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu 20 orang putri dan 10 orang putra, bahwa minat mahasiswa dalam menjalankan wirausaha masih kurang. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan bisa dikatakan mahasiswanya lebih banyak memilih bekerja di perusahaan dibandingkan membuka lapangan pekerjaan atau menjadi wirausahawan.

Menurut hasil pra riset yang peneliti lakukan pada saudari Adinda Fitri Sakinah yang mengatakan bahwasanya kepribadian saudari tidak ada dalam berwirausaha karena saudari kurang percaya diri dalam hal berwirausaha, oleh karena itu saudari kurang minat dalam berwirausaha. Menurut saudara edi yang mengatakan bahwa kepribadian saudara tidak ada dalam berwirausaha tidak percaya diri dan tidak memiliki modal dalam melakukan berwirausaha, oleh karena itu saudara tidak tertarik dalam membuka usaha atau menjadi wirausahawan.

Berdasarkan pra riset yang peneliti lakukan pada saudara Alvan Rizky Harahap yang mengatakan bahwasanya pengetahuan saudara dalam hal berwirausaha masih kurang dan kurangnya pengalaman saudara dalam menjalankan bisnis atau usaha, oleh karena itu saudara kurang minat dalam berwirausaha atau menjadi wirauasahawan.

Berdasarkan pra riset yang peneliti lakukan pada saudari Nur Syuhada yang dikatakan bahwasanya kurangnya dalam penggunaan media sosial dan modal saudari tidak memadai. Oleh karena itu saudari kurang minat membuka usaha atau menjadi wirausahawan.

Berdasarkan penelitian dari Rezky Yadiashah Junaidi ditemukan bahwa Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pemuda di Kecamatan Jogorogo. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pemuda di Kecamatan Jogorogo, dan Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pemuda di Kecamatan Jogorogo.⁹

Berdasarkan penelitian Nirwana ditemukan bahwa hasil penelitian bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi usaha, pengetahuan kewiruasahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap motivasi usaha, media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, motivasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, media sosial berpengaruh terhadap minat

⁹ Rezqi Yadiashah Junaidi, "Pengaruh Motivasi, Kepribadian, Dan Modal Terhadap Minat Berwirausaha Pemuda Di Kecamatan Jogorogo", *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023), hlm. 63.

berwirausaha melalui motivasi usaha, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha melalui motivasi usaha.¹⁰

Berdasarkan penelitian Dodi Agusra ditemukan bahwa Variabel pengetahuan kewirausahaan berbanding lurus dengan variabel minat berwirausaha karena nilai Unstandardized Beta nya positif. Artinya, jika pengetahuan seseorang meningkat maka minat berwirausahanya juga akan meningkat. Hal ini tidak berbanding lurus antara motivasi berwirausaha dengan variabel minat berwirausaha, dimana peningkatan motivasi tidak mempengaruhi peningkatan minat berwirausaha. Hal yang justru terjadi pada variabel lingkungan keluarga. Nilai Unstandardized Beta pada variabel lingkungan keluarga negatif. Artinya, lingkungan keluarga justru berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.¹¹

Berdasarkan penelitian Wahyudi ditemukan bahwa Adanya pengaruh positif dan signifikan motivasi wirausaha terhadap minat berwirausaha, Terdapat pengaruh positif atau signifikan pengetahuan wirausaha terhadap minat berwirausaha, Adanya pengaruh positif dan signifikan pendidikan wirausaha terhadap minat berwirausaha, dan Adanya pengaruh positif dan signifikan pendidikan wirausaha terhadap pengetahuan dalam berwirausaha.¹²

¹⁰ Nirwana, "Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Hasanuddin Makassar", *Skripsi* (Universitas Hasanuddin Makassar, 2022), hlm.112.

¹¹ Dodi Agusra, Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen, *Management Studies and Enterpreneurship Journal*, Vol. 2, No.1, 2021, hlm.75.

¹² Ainun Arwidianingrum, "Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, Dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Perguruan Tinggi Di Ponorogo" (IAIN Ponorogo, 2024) hlm, 83.

Berdasarkan penelitian Syarifah Aini terdapat bahwa Ada Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa, Ada Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa, dan ada Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan secara simultan Terhadap Minat Berwirausaha.¹³

Berdasarkan penelitian Ahmad Ghozali ditemukan bahwa Kepribadian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung secara parsial, Pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Motivasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung,¹⁴

Berdasarkan latar belakang diatas saya tertarik melaksanakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas maka peneliti dapat mengidentifikasi berbagai masalah dalam penelitian yaitu:

¹³ Syarifah Aini “Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa”, *Skripsi* (Insitut Agama Islam Negeri Padangsidempuan), hlm. 96.

¹⁴ Ahmad Ghozali “Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Pengusaha Konveksi Di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung Dengan Perencanaan Strategis Sebagai Variabel Moderating”, *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019) hlm.67.

1. Mahasiswa prodi ekonomi syariah sudah memiliki pengetahuan tentang berwirausaha, Namun kurangnya minat mahasiswa dalam berwirausaha.
2. Mahasiswa prodi ekonomi syariah sudah memiliki kepribadian tentang berwirausaha, Namun kurangnya minat mahasiswa dalam berwirausaha.
3. Mahasiswa prodi ekonomi syariah sudah memiliki pengetahuan, kepribadian, media sosial tentang berwirausaha, Namun kurangnya minat mahasiswa dalam berwirausaha.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di atas, maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, Dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Prodi Ekonomi Syariah.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah kepribadian berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha?
3. Apakah media sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha?
4. Apakah kepribadian, pengetahuan, dan media sosial berpengaruh kepribadian, pengetahuan, dan media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha?

E. Defenisi Operasional Variabel

Variabel adalah objek penelitian yang dijadikan pusat perhatian suatu penelitian yang dapat membedakan dan mengubah nilai. Sesuai dengan judul penelitian ini, maka penulis mengemukakan pengertian yang terkandung dalam variabel penelitian ini. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel terikat (dependen) yaitu minat berwirausaha (Y), sedangkan variabel bebas (independen) yaitu Kepribadian (X_1), Pengetahuan (X_2), Media Sosial (X_3).

Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Minat Berwirausaha (Y)	Minat Berwirausaha adalah keinginan, motivasi dan dorongan untuk berinteraksi dan melakukan segala sesuatu dengan perasaan senang untuk mencapai tujuan dengan bekerja keras, membuka suatu peluang dengan keterampilan, serta keyakinan yang dimiliki tanpa merasa takut untuk mengambil risiko. ¹⁵	a. Adanya keberanian dalam membuka usaha tanpa diliputi rasa takut. b. Seseorang harus mampu memahami segala informasi, pengetahuan, dan peluang-peluang yang dibutuhkan oleh pasar. c. Keteguhan hati yang dimiliki oleh seseorang tanpa memikirkan resiko yang terjadi ke depannya. d. Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru.	Ordinal
2.	Kepribadian (X_1)	Kepribadian adalah suatu perpaduan	a. Percaya Diri b. Pengambilan	Ordinal

¹⁵ Abdul Rachim and Riyo Riyadi, "Implementasi Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Berwirausaha Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman," *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 5, no. 2 (2024), hlm 223.

		yang utuh antara sikap, sifat, pola pikir, emosi, serta juga nilai-nilai yang mempengaruhi individu tersebut agar berbuat suatu yang benar sesuai dengan lingkungannya. ¹⁶	Resiko c. Berorientasi pada hasil. ¹⁷	
3.	Pengetahuan (X ₂)	Pengetahuan adalah bagian esensial dari eksistensi manusia, karena pengetahuan merupakan buah dan aktivitas berfikir yang dilakukan oleh manusia. Berfikir merupakan diffensia yang memisahkan manusia dari semua genus lainnya seperti hewan ¹⁸	a. Pengetahuan dasar kewirausahaan. b. Pengetahuan Ide dan peluang usaha c. Pengetahuan tentang aspek d. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi. ¹⁹	Ordinal
4.	Media Sosial (X ₃)	Media sosial adalah seperangkat aplikasi yang berkaitan dengan internet di mana media sosial tersebut dibentuk di atas fondasi ideologis dan teknologi yang memberikan kesempatan bagi pengguna media	a. Komunitas Online b. Interkasi c. Aksesibilitas d. Kredibilitas.	Ordinal

¹⁶ Alfirda Rahma Amalia and Suryo Ediyono, "Kepribadian Manusia Dalam Perspektif Filsafat," Jurnal Filsafat, 2023, hlm, 2.

¹⁷ Asti Iswandari, "Pengaruh Motivasi Intrinsik, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Smkn 12 Surabaya," Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan 1, no. 2 (2013), hlm 155.

¹⁸ Dila Rukmi Octaviana and Reza Aditya Ramadhani, "HAKIKAT MANUSIA: Pengetahuan (Knowledge), Ilmu Pengetahuan (Sains), Filsafat Dan Agama," Jurnal Tawadhu 5, no. 2 (2021), hlm, 184.

¹⁹ Ika Indriyani and Subowo Subowo, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy," Economic Education Analysis Journal 8, no. 2 (2019), hlm, 474.

		sosial dalam pembuatan dan berbagi konten yang dibuatnya. ²⁰		
--	--	---	--	--

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dipaparkan penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kepribadian terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha
4. Untuk mengetahui adanya kepribadian, pengetahuan, dan media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha

G. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman peneliti mengenai masalah yang sesuai dengan ilmu yang sudah dipelajari dibangku perkuliahan, agar peneliti bisa memecahkan permasalahan mengenai masalah yang sedang diteliti untuk memperoleh nilai tambah dan melakukan perbandingan antara studi teori dengan kenyataan yang terjadi dilapangan.

²⁰ Sankist Herdiyani et al., "Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review," Jurnal Administrasi Bisnis 18, no. 2 (2022), hlm 103.

- b. Menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai Kepribadian, Pengetahuan, Dan Motivasi Mahasiswa Dalam Berwirausaha Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

2. Secara Praktis

Bagi masyarakat dan pelajar penelitian ini dapat menjadi acuan dan motivasi terhadap minat dalam berwirausaha.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Wirausaha dan Kewirausahaan

a. Pengertian Wirausaha

Wirausaha adalah penggabungan dari dua kata yaitu wira dan usaha. Wira artinya pejuang, pahlawan, dan gagah berani. Sedangkan usaha merupakan perbuatan sesuatu dan bekerja. Secara Harfiah, maka makna dari wirausaha adalah orang yang membuat suatu produk, menentukan cara produksi, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru hingga mengatur pemdolan serta pemasarannya. Sedangkan secara umum makna dari wirausaha adalah suatu kegiatan usaha atau bisnis dengan kondisi seluruh sumber daya dan upaya diberikan kepada pelaku usaha dalam mengenali produk baru, menentukan konsep dan proses produksi, menyusun strategi hingga memasarkan serta mengatur permodalannya.²¹

b. Pengertian Kewirausahaan

Ada beberapa defenisi mengenai kewirausahaan yaitu, pertama, kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis. Kedua, kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Ketiga, kewirausahaan adalah

²¹ Winda Suci Lestari Nasution and Patriot Nusa, "Implementation of Operational Management for MSME Business," ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 8, no. 1 (2023), hlm, 534.

suatu proses penerapan kreatifitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Keempat, kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha dan perkembangan usaha.²²

c. Konsep Kewirausahaan dalam Islam

Perilaku seorang muslim dalam menjalankan usaha sangat diperlukan untuk mendapatkan keuntungan dan menjamin kehidupannya di dunia dan akhirat. Al-Qur'an dan hadist adalah panduan bagi perilaku seseorang dengan mengikuti perilakunya Rasulullah. Mempedomani praktek bisnis yang dijalankan Nabi Muhammad SAW, maka setidaknya ada 5 karakteristik yang mendasar yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan muslim, yaitu:

1) *Shiddiq* (jujur)

Dalam Islam seorang wirausahawan harus bersifat jujur dalam menjalankan bisnisnya, tidak dibenarkan ada unsur penipuan terutama di masalah timbangan. Islam sangat mengecam pebisnis yang berani mengurangi timbangan dalam menjalankan perekonomiannya, bahkan Allah menyatakan bahwa pengusaha yang curang adalah manusia yang celaka, seperti digambarkan pada Al-Qur'an Surah Al-Muthafiffin ayat 1-3 yang berbunyi:

²² Yayang Ayu Nuraeni, "Peran Pendidikan Dalam Pembentukan Jiwa Wirausaha: Pendidikan Kewirausahaan," Jurnal Ilmu Pendidikan (ILPEN) 1, no. 2 (2022), hlm, 31.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ - الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ - وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ
وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ ط

Artinya *Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang mereka mengurangi.* (Q. R Al-Muthafifin [83] 1-3)

2) Amanah (Dipercaya)

Amanah merupakan sifat yang dibutuhkan dalam segala sifat di kehidupan kita sehari-hari, termasuk dalam menjalankan bisnis. Sebab dalam dunia bisnis wirausahawan akan banyak melakukan transaksi, karenanya salah satu etika bisnis dalam Islam adalah memiliki sifat amanah

Sifat amanah inilah yang senantiasa dijaga Nabi Muhammad SAW ketika beliau menjalankan bisnisnya, sehingga pada Usianya yang ke-25 Khadijah menyerahkan seluruh hartanya untuk dikelola oleh Nabi Muhammad. Oleh karena itu setiap muslim yang ingin berwirausaha maka sifat amanahlah menjadi syarat yang mutlak untuk dipertahankan.

3) *Tabligh* (memiliki sifat komunikatif)

Sudah kita ketahui keberhasilan Nabi Muhammad dalam menjalankan usaha bisnisnya baik sebelum menikah dengan Khadijah maupun setelah menikah Khadijah menyerahkan kepada Nabi Muhammad untuk mengelola bisnisnya adalah disebabkan sifat kejujuran dan terpercaya, juga beliau memiliki kemampuan

menyampaikan sesuatu secara komunikatif. Seorang wirausahawan harus mampu untuk mampu berbicara dengan komunikatif untuk memperkenalkan prouk-produk maupun jasa-jasa yang ingin ditawarkannya.

4) *Fathanah* (memiliki kecerdasan)

Secara umum *Fathanah* diartikan sebagai orang yang memiliki kecerdasan. Bagi seseorang yang untuk membuka usaha disamping memiliki sifat jujur, dapat dipercaya, mampu berkomunikasi secara baik dan benar, penting juga memiliki sifat *fathanah* (memiliki kecerdasan), orang yang cerdas akan memiliki pemikiran kreatif dan inovatif.

5) Bekerja dengan niat Ibadah

Dalam Islam berusaha bukanlah sekedar untuk mencari keuntungan, akan tetapi berusaha merupakan salah satu Ibadah, karenanya setiap pelaku usaha dalam Islam diajarkan untuk berniat melakukan pekerjaannya untuk mengerjakan Sunnah. Seperti dijelaskan di dalam Surah At-Taubah ayat 105 yang berbunyi:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: *Dan Katakanlah, Bekerja kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan terlihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada Allah Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.* (Q.R At-Taubah [09] 105)

Makna ayat diatas adalah Di dalam jiwa seorang wirausawan Muslim tidak akan pernah meninggalkan Allah dalam setiap pekerjaannya, sebab apapun yang kita lakukan tanpa keridhaan Allah, tidak akan pernah kita mendapatkan hasil yang membahagiakan.Oleh sebab itu pengusaha muslim bila mendapatkan keuntungan dia tidak akan pernah memiliki sifat sombong, sebab ia yakin bahwa keberhasilan yang diraihnya merupakan rahmat dan izin dari Allah. Sebaliknya bila seorang wirausahawan muslim mendapatkan musibah, ia tidak akan pernah pasrah, sebab ia yakin Allah belum mengizinkannya untuk sukses, sehingga kegagalan yang menimpanya tidak membuatnya terjatuh akan tetapi akan membuat ia bangkit terus demi untuk meraih keberhasilan melalui jalan Allah.

Mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau penggantian. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, baik individu atau masyarakat. Oleh karena itu, agar diperoleh suatu keharmonisan dalam sistem perdagangan, diperlukan suatu perdagangan yang bermoral. Rasulullah SAW secara jelas telah banyak memberi contoh tentang sistem perdagangan yang bermoral ini, yaitu perdagangan yang jujur dan adil serta tidak merugikan kedua belah pihak.

d. Transaksi Yang Dilakukan Berdasarkan Syariat Islam

Di dalam Islam setiap transaksi yang dilakukan harus memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh syariat Islam antara lain:

- 1) Barang yang dijual tidak termasuk benda yang bernajis atau haram.
- 2) Penjual adalah pemilik yang sah dari barang yang dijualnya, atau barang orang lain yang telah mendapatkan izin dari yang punya barang untuk diperjualbelikan.
- 3) Pelaku usaha disyaratkan orang yang memiliki akal sehat. Setiap transaksi yang dilakukan diwajibkan ada ijab dan qabul (akad). Misalnya Pembeli berkata “juallah barang ini kepadaku” Penjual berkata “Aku jual barang Ini kepadamu”
- 4) Selama penjual dan pembeli masih berada dalam lokasi transaksi, masing-masing dari keduanya berhak untuk memilih antara melanjutkan transaksi atau membatalkannya.

Hal ini berdasarkan Hadist Nabi yang artinya: *Dua orang yang melakukan jual beli berhak untuk khiyar(memilih), jika keduanya berlaku jujur dan terbuka. Maka jual beli keduanya akan diberkahi, sebaliknya jika keduanya tertutup dan berdusta, maka keberkahan jual beli keduanya akan hilang* (H.R. Abu Daud).

2. Minat Berwirausaha

a. Pengertian Minat Berwirausaha

Minat Berwirausaha terdiri dari dua kata, yaitu minat dan berwirausaha. Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada

suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan orang lain. Islam merupakan agama yang komprehensif (*Syumul*) yang mengatur kehidupan ummat manusia, baik itu dengan dunia maupun akhirat. Maka dari itu, islam juga mendorong ummatnya untuk berwirausaha. Sebab sudah sewajarnya bagi setiap muslim memiliki jiwa kewirausahaan, bahkan seharusnya menjadi bagian dari sebuah kehidupan. Sebagai seorang muslim berwirausaha bukan lagi hal yang asing, karena Nabi Muhammad SAW sendiri telah berdagang sejak beliau belum diangkat menjadi Rasul, yaitu sejak 12 tahun. Beliau ikut berdagang dengan pamannya Ali bin Abi Thalib ke negara-negara seperti Suriah dan Yaman dengan memperdagangkan barang-barang milik Khadijah binti Khuwailid.

b. Indikator Minat Berwirausaha

Minat dapat menjadi penyebab seseorang ikut berpartisipasi dalam sebuah kegiatan. Minat berwirausaha akan mendorong seseorang melakukan kegiatan yaitu membuka usaha yang menimbulkan manfaat untuk diri sendiri, Masyarakat, dan juga pemerintah. Minat Berwirausaha dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator diantaranya sebagai berikut:

1) Keberanian

Wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka dan menjalankan usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya berani membuka usaha, tanpa meliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.

2) Kemampuan

Kemampuan wirausaha merupakan penggabungan dari pengetahuan dan keterampilan seseorang untuk mengatasi kesulitan dan tantangan bisnis. Seorang wirausaha yang mampu mengidentifikasi peluang di pasar akan mengakibatkan wirausaha tersebut mampu memahami segala informasi, pengetahuan, dan peluang-peluang untuk membuat produk yang dibutuhkan oleh pasar. Oleh karena itu dalam berwirausaha membutuhkan kemampuan atau keterampilan untuk dapat menghadapi persaingan yang ketat.

3) Keteguhan Hati

Keteguhan hati merupakan kekuatan atau keyakinan diri yang dimiliki oleh seseorang yang bisa melakukan apa yang sebelumnya tidak bisa ia lakukan, apa yang tidak mungkin bisa dibuat menjadi mungkin. Kesulitan dan hambatan yang dihadapi dalam menjalankan usaha akan mengajarkan pada keyakinan bahwa kesuksesan memang membutuhkan usaha keras dan motivasi yang tinggi.

4) Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Bagi wirausaha Tingkat kreativitas sangat kemajuan bisnisnya. Kreativitas juga bisa diartikan kemampuan dalam menciptakan kombinasi baru sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang baru.

c. Faktor-Faktor Yang Mendorong Minat Berwirausaha

- 1) Faktor Personal, menyangkut aspek kepribadian diantaranya:
 - a) Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan seseorang
 - b) Adanya pemutusan hubungan kerja
 - c) Dorongan karena faktor usia
 - d) Keberanian menanggung resiko
 - e) Minat tinggi pada dunia bisnis
- 2) Faktor Environment, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik
 - a) Adanya persaingan dalam dunia kehidupan Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan
 - b) Tabungan, bangunan, dan lokasi strategis.
 - c) Mengikuti Dunia Bisnis
 - d) Kebijaksanaan pemerintah
 - e) Berusaha, adanya fasilitas dan bimbingan usaha
- 3) Faktor Sociological, menyangkut hubungan dengan keluarga
 - a) Adanya hubungan atau relasi dengan orang lain
 - b) Adanya kelompok yang dapat diajak bekerja sama dalam berusaha
 - c) Adanya dorongan dari orangtua untuk membuka usaha Adanya bantuan dari saudara untuk melengkapi fasilitas

3. Kepribadian Wirausaha

a. Pengertian Kepribadian

Kepribadian pada prinsipnya adalah susunan antara aspek perilaku mental (pikiran, perasaan, dan sebagainya) dengan aspek perbuatan nyata.

Aspek-aspek ini berkaitan secara fungsional dalam diri seorang individu, sehingga membuatnya bertingkah laku secara tetap.²³

Kepribadian adalah suatu kesatuan banyak yang diarahkan kepada tujuan-tujuan tertentu yang mengandung sifat-sifat khusus individu, yang bebas menentukan dirinya sendiri²⁴

b. Faktor-Faktor Penentu Kepribadian

Faktor-Faktor yang dapat membentuk dan menentukan kepribadian seseorang:

1) Keturunan

Keturunan merujuk pada faktor-faktor yang ditentukan sejak lahir atau faktor genetika seorang individu.

2) Lingkungan

Faktor lingkungan merujuk pada kebudayaan tempat dimana seseorang dibesarkan, norma-norma diantar keluarga, teman-teman, serta pengaruh-pengaruh lain yang seseorang alami.

3) Situasi

Kepribadian seseorang itu pada umumnya konsisten, akan tetapi dapat merubah ketika dalam situasi yang berbeda. Tuntunan yang berbeda dari situasi yang berlainan memunculkan aspek-aspek yang berlainan dari kepribadian seseorang.

²³ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. CET-14 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 225.

²⁴ M Maulana Marsudi, "Tasawuf Jalaluddin Ar-Rumi Perspektif Annemarie Schimmel," *Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama* 3, no. 1 (2017): 49–70

c. Faktor Kepribadian yang membentuk Minat Berwirausaha

Menurut Darmanto Susetyo dan Aprilianty Eka berpendapat bahwa faktor kepribadian meliputi prestasi, kreativitas, mandiri, kepemimpinan, berani mengambil resiko yang mempengaruhi minat dalam berwirausaha. Semua faktor kepribadian cenderung signifikan kecuali kepemimpinan.

Menurut Osman Jusoh hasil penelitiannya menyebutkan bahwa pengaruh faktor kepribadian terhadap minat berwirausaha adalah faktor Pendidikan dilihat dari lingkungan keluarga, keinginan berprestasi, pengambilan resiko, kreativitas berwirausaha. Semua faktor cenderung signifikan kecuali faktor Pendidikan.

Dari beberapa penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pengaruh faktor kepribadian terhadap minat berwirausaha terdiri dari beberapa indikator yaitu keinginan berprestasi, mandiri, berani menanggung resiko, dan kreativitas yang akan mendukung terbentuknya sumber daya manusia yang mampu mengelola usaha.

d. Hubungan Kepribadian dan Minat Berwirausaha

Kepribadian memiliki pengaruh yang penting terhadap minat berwirausaha. Ciri-ciri orang yang memiliki kepribadian yang berjiwa wirausahawan, antara lain:

- 1) Mempunyai Tujuan
- 2) Kreatif dan Inovatif
- 3) Mampu melihat peluang

- 4) Berani menanggung resiko
- 5) Cepat tanggap dan gerak cepat
- 6) Jiwa Sosial

e. Indikator Kepribadian

1) Percaya Diri

Percaya diri dalam minat berwirausaha adalah salah satu kunci utama untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Ketika kamu memiliki keyakinan diri yang kuat, itu akan membantu menghadapi tantangan dan ketidakpastian yang pasti muncul dalam dunia wirausaha.

2) Berorientasi pada hasil

Berorientasi pada hasil dalam minat berwirausaha berarti memiliki fokus yang jelas pada pencapaian tujuan yang ingin dicapai dalam bisnis. Sikap ini membantu seorang wirausahawan untuk tetap termotivasi, efektif, dan berkomitmen pada strategi yang akan mendatangkan kesuksesan.

3) Pengambilan Resiko

Pengambilan risiko adalah aspek yang tak terpisahkan dari dunia wirausaha. Wirausahawan yang sukses sering kali harus berani mengambil langkah-langkah yang mungkin terasa tidak pasti atau menantang. Namun, risiko yang diambil haruslah dihitung dan dipertimbangkan dengan matang, bukan sekadar bertindak impulsif.

4. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia berdasarkan melalui pengamatan indra.²⁵ Pengindraan tersebut melalui panca indra manusia yang berupa penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba dengan sendiri.²⁶

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan pada dalam diri seseorang yaitu:

1) Pendidikan

Pendidikan adalah suatu usaha untuk kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah yang berlangsung seumur hidup. Pendidikan mempengaruhi proses belajar mengajar, apabila semakin tinggi pendidikan seseorang itu semakin mudah pula lah ia menerima informasi. Pendidikan tinggi seseorang akan mendapatkan informasi baik dari orang lain maupun media. Semakin banyaknya informasi yang ia terima, semakin banyak jugalah pengetahuan yang ia dapat.

2) Media (Informasi)

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun pendidikan non-formal dapat memberikan pengetahuan jangka pendek, sehingga menghasilkan perubahan dan peningkatan pengetahuan.

²⁵ Mahmud, *Psikologi Pendidikan* (Bandung : CV Mustika Setia,2010), hlm.169.

²⁶ A.Wawan dan Dewi M, *Teori dan Pengukuran Pengetahuan Sikap, dan Perilaku Manusia*(Yogyakarta:Nuha Medika, 2011),hlm.11.

Kemajuan teknologi menyediakan bermacam-macam media yang dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat tentang informasi baru, seperti Televisi, Radio, Surat Kabar, dan Majalah.

3) Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar seseorang baik lingkungan fisik biologis, maupun sosial. Lingkungan juga berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam diri seseorang yang berada pada lingkungan tersebut. Hal tersebut terjadi karena adanya interaksi timbal balik yang akan direspon sebagai pengetahuan.

4) Pengalaman

Pengetahuan dapat juga diperoleh dari pengalaman pribadi atau pengalaman orang lain. Pengalaman ini merupakan suatu cara untuk memperoleh kebenaran suatu pengetahuan.

5) Usia

Usia mempengaruhi daya tangkap pola pikir seseorang. Bertambahnya usia akan semakin berkembang pola pikir dan daya tangkap seseorang sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin banyak.

c. Ayat Yang Berkaitan dengan Pengetahuan

Dalam Al-Qur'an Allah berfirman dalam Al-Qur'an pada Surah Al-Mulk ayat 26:

قُلْ إِنَّمَا الْعِلْمُ عِنْدَ اللَّهِ وَإِنَّمَا أَنَا نَذِيرٌ مُّبِينٌ ٢٦

Artinya: *Katakanlah (Nabi Muhammad), “Sesungguhnya ilmu (tentang hari Kiamat itu) hanya ada pada Allah. Aku hanyalah seorang pemberi peringatan yang jelas. (Q. R Al-Mulk [67] 26).*²⁷

d. Indikator Pengetahuan

1) Pengetahuan Dasar Kewirausahaan

Pengetahuan dasar kewirausahaan, minat berwirausaha perlu diwujudkan oleh adanya informasi untuk menemukan atau menciptakan peluang bisnis sehingga membantu mewujudkan usaha mereka.

2) Pengetahuan Ide dan Peluang Usaha

Pengetahuan ide dan peluang usaha, pembentukan minat berwirausaha dalam menghasilkan suatu usaha memerlukan adanya pemikiran atau hal-hal yang baru terstruktur.

3) Pengetahuan Tentang Aspek-Aspek Usaha

Pengetahuan tentang aspek-aspek usaha, informasi yang ada akan menciptakan suatu proses melalui berbagai hambatan serta resiko yang akan dilalui untuk mewujudkan usaha mereka.

5. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Pengertian Media Sosial menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahan* (Bandun : CV Penerbit Diponegoro, 2010), hlm.563.

genggamannya". Media sosial merupakan layanan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan konsumen untuk berbagai pendapat, pemikiran, cara pandang dan pengalaman Media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia seperti Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, dan lain sebagainya. Media sosial ini dapat menghubungkan berbagai macam pengguna dari seluruh tempat di dunia ke pengguna lainnya dan menjadi tempat yang luas sebagai penyedia informasi. Perkembangan teknologi informasi dari masa ke masa terus tumbuh sehingga dibutuhkan wawasan dan keterampilan seperti kemampuan untuk melakukan promosi dengan media online. Media sosial dapat digunakan untuk promosi atau sebagai sarana untuk melakukan usaha online. Di era digital saat ini, para pengguna media sosial dapat dengan mudah mengakses informasi melalui gambar, video, dan berbagai model konten lainnya. Di dunia bisnis umumnya pengusaha menggunakan media *offline* dalam menjalankan usahanya. Namun, semakin maraknya pengguna teknologi digital, kini banyak usaha atau bisnis yang beralih menggunakan media online untuk menjual atau mempromosikan produk usahanya. Selain itu, media online biayanya lebih murah dan dapat diakses dimana saja. Berikut media sosial yang umum dijadikan pilihan untuk melakukan kegiatan usaha secara online:

1) Facebook

Facebook merupakan situs media sosial terbesar dan hampir semua orang menggunakan Facebook. Dengan media Facebook,

pengguna bisa membina hubungan yang baik dengan para pelanggan atau konsumen atau klien bisnisnya. Selain itu, Facebook juga dapat digunakan sebagai media periklanan yang sangat efektif. Cukup dengan membuat konten-konten bisnis yang menarik dan unik

2) Instagram

Instagram merupakan media sosial yang paling efektif digunakan untuk melakukan promosi melalui gambar atau foto. Perbedaannya dengan Pinterest adalah media sosial instagram ini memiliki aplikasi yang dapat memberikan efek seni pada foto produk usaha atau orang-orang yang menggunakan jasa usaha.

3) WhatsApp

Macam media sosial yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia adalah whatsapp. Whatsapp atau yang biasa disebut dengan WA merupakan media sosial chatting tanpa menggunakan biaya, tidak hanya sekedar kepentingan bersosialisasi, mempermudah pekerjaan maupun sebagai menyampaikan informasi melaikan dapat menggunakan untuk periklanan.

4) Twitter

Berbeda dari jenis-jenis media sosial sebelumnya, Twitter bekerja dengan banyak menggunakan tulisan, foto, dan video. Umumnya, Twitter banyak digunakan oleh penggunanya lantaran memiliki fitur utas yang memungkinkan orang untuk berbagi tulisan panjang. Selain itu, para pengguna juga dapat melihat topik terkini yang tengah hangat

diperbincangkan. Hal ini bisa menjadi referensi Anda untuk menarik pelanggan menggunakan tulisan, foto, dan video.

Penggunaan media sosial mempermudah komunikasi internatif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan dimanapun. Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller merupakan informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang lain. Menurut Kotler dan Keller Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Sosial media memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya). Bagi para pemasar hal ini merupakan suatu potensi dan kesempatan yang sangat besar untuk digunakan sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran. sosial media memungkinkan berbagi informasi antara pengguna menjadi lebih mudah.

b. Indikator Media Sosial

1) Komunitas Online

Komunitas *Online* adalah dimensi media sosial untuk membangun komunitas di sekitar yang terkait dengan produk/bisnisnya. Misalnya pada media sosial instagram, komunitas *online* adalah *followers* dari sebuah akun instagram yang cenderung memiliki minat yang sama.

Missal, *followers* akun instagram penjual sepatu cenderung memiliki minat yang sama terhadap sepatu yang dijual tersebut. Komunitas yang cerdas menciptakan loyalitas dan mendorong diskusi, yang dapat berkontribusi terhadap pengembangan dan peningkatan sebuah bisnis/usaha.

2) Interaksi

Pada media sosial, interaksi dapat memberitahu kepada semua pengguna lainnya berdasarkan subjek tertentu dengan cepat dan secara bersamaan. Media sosial memungkinkan interaksi yang lebih besar dengan komunitas online melalui siaran *up to date* dan informasi yang relevan. Interaksi yang besar memungkinkan promosi berjalan lebih baik dan ajakan persuasif lebih tersampaikan, yang pada akhirnya dapat dimanfaatkan oleh wirausahawan untuk menciptakan pelanggan. Pada media sosial, interaksi dapat memberitahu kepada semua pengguna lainnya berdasarkan subjek tertentu dengan cepat dan secara bersamaan. Media sosial memungkinkan interaksi yang lebih besar dengan komunitas *online* melalui siaran *up to date* dan informasi yang relevan. Interaksi yang besar memungkinkan promosi berjalan lebih baik dan ajakan persuasif lebih tersampaikan, yang pada akhirnya dapat dimanfaatkan oleh wirausahawan untuk menciptakan pelanggan.

3) Aksesibilitas

Media sosial mudah diakses dan minim bahkan tidak memerlukan biaya dalam menggunakannya. Media sosial mudah digunakan sehingga

tidak memerlukan keahlian dan pengetahuan khusus. Seseorang yang ingin berwirausaha dapat segera memulai tanpa perlu memikirkan hal-hal teknis. Hanya diperlukan *smartphone* yang mampu mengakses internet dan media sosial, seseorang sudah dapat memulai untuk berwirausaha.

4) Kredibilitas

Kredibilitas adalah tentang menyampaikan pesan dengan jelas kepada orang-orang. Membangun kredibilitas terhadap setiap perkataan dan perbuatan, membangun emosional dengan target audiensi, mendorong pembeli dan menghasilkan pelanggan setia. Media sosial menyediakan *platform* yang sangat bagus dan *support* untuk semua bisnis (besar atau kecil) ke jaringan dan menjangkau target audiensi, terhubung secara langsung dengan mereka, dan menghasilkan kepercayaan dengan mendengarkan apa yang mereka lakukan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat digunakan untuk hipotesis atau jawaban sementara dalam penelitian ini, selain itu penelitian terdahulu dapat dipakai sumber pembandingan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu sebagai penguat dan pembandingan untuk penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Annisa Siti Zahra, Ekuilnomi, Vol , 6 No.3 2024.	Pengaruh kepribadian Terhadap minat berwirausaha (Studi pada <i>Innovativeness</i> , dan <i>Need For Achievement</i> Pada Mahasiswa	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel ketiga dari kepribadian (<i>Innovativeness</i> , <i>Entrepreneurial Alertness</i> , dan <i>Need For Achievement</i>) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

		Adminnstrasi Bisnis Universtas Telkom	berwirausaha mahasiswa Adminnistrasi Bisnis Universitas Telkom
2	Efeni Derek dkk, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Humaniora , Vol 4 No.2 2024.	Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Rasa Percaya Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Unsrit	Hasil peneltian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh siginifikan terhadap minat berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara siginifikan terhadap minat berwirausaha, dan rasa percaya diri berpengaruh secara siginfikan terhadap minat berwirausaha.
3	Rezky Yadiashah Junaidi, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023) ²⁸	Pengaruh motivasi, kepribadian, dan modal terhadap minat berwirausaha pemuda di kecamatan Jogorogo	Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pemuda di Kecamatan Jogorogo., Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pemuda di Kecamatan Jogorogo., dan Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pemuda di Kecamatan Jogorogo.
4	Titik Haryanti, Vol,8 No.2 2023.	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Politeknik Tunas Pemuda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Politeknik Tunas Pemuda.
5	Nirwana (Tesis:Universi tas Hasanuddin Makassar, 2022) ²⁹	Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap minat berwirausaha	Hasil penelitian bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi usaha, pengetahuan kewiruasahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap

²⁸ Rezky Yadiashah Junaidi, Pengaruh motivasi, kepribadian, dan modal terhadap minat berwirausaha pemuda di kecamatan Jogorogo, *Skripsi*, (Surakarta, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023).

²⁹ Nirwana, Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi usaha pada mahasiswa Fakuktas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Hasanuddin Makassar, *Tesis*, (Makassar, Universitas Hasanuddin Makassar, 2022).

		melalui motivasi usaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Hasanuddin Makassar	motivasi usaha, media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, motivasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha melalui motivasi usaha, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha melalui motivasi usaha.
6	Dodi Agusra (Management Studies and Entrepreneurship Journal, Vol 2 No.1 2021) ³⁰	Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen	Variabel pengetahuan kewirausahaan berbanding lurus dengan variabel minat berwirausaha karena nilai Unstandardized Beta nya positif. Artinya, jika pengetahuan seseorang meningkat maka minat berwirausahanya juga akan meningkat. Hal ini tidak berbanding lurus antara motivasi berwirausaha dengan variabel minat berwirausaha, dimana peningkatan motivasi tidak mempengaruhi peningkatan minat berwirausaha. Hal yang justru terjadi pada variabel lingkungan keluarga. Nilai Unstandardized Beta pada variabel lingkungan keluarga negatif. Artinya, lingkungan keluarga justru berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.
7	Wahyudi, (Skripsi: Universitas Islam Negeri	Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha	Adanya pengaruh positif dan signifikan motivasi wirausaha terhadap minat berwirausaha, Terdapat pengaruh positif atau

³⁰ Dodi Agusra, "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen", *Jurnal Management Studies and Entrepreneurship*, Vol. 2 No. 1 (2021).

	Alauddin Makassar, 2021). ³¹	Masyarakat Di Kota Makassar Dan Pendidikan Wirausaha Sebagai Variabel Intervening	signifikan pengetahuan wirausaha terhadap minat berwirausaha, Adanya pengaruh positif dan signifikan pendidikan wirausaha terhadap minat berwirausaha,dan Adanya pengaruh positif dan signifikan pendidikan wirausaha terhadap pengetahuan dalam berwirausaha..
8	Syarifah Aini, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, 2020) ³²	Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Ada Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa, Ada Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa,dan Ada Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan secara simultan Terhadap Minat Berwirausaha.
9	Ahmad Ghozali, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung (IAIN), 2019) ³³	Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Pengusaha Konveksi Di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung Dengan Perencanaan Strategis Sebagai Variabel Moderating	Berdasarkan hasil peneltian menunjukkan bahwa Kepribadian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung secara parsial, Pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Motivasi memiliki pengaruh negatif dan dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung,

³¹ Wahyudi, Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Di Kota Makassar Dan Pendidikan Wirausaha Sebagai Variabel Intervening, *Skripsi*, (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2021).

³² Syarifah Aini, Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa, *Skripsi*, (Padngsidimpuan, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, 2020)

³³ Ahmad Ghozali, Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Pengusaha Konveksi Di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung Dengan Perencanaan Strategis Sebagai Variabel Moderating, *Skripsi*, (Tulungagung, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung (IAIN), 2019).

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian Annisa Siti Zahra dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang variabel kepribadian dan variabel minat berwirausaha, perbedaannya terletak pada tempat penelitiannya di Universitas Telkom sedangkan penelitian ini di UIN Syahada Padangsidimpuan
2. Persamaan penelitian Efendi Derek dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang variabel media sosial, pengetahuan, dan minat berwirausaha, perbedaannya pada tempat penelitiannya di UNSRIT sedangkan penelitian ini di UIN Syahada Padangsidimpuan
3. Persamaan penelitian Rezky Yadiashah Junaidi dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang variabel kepribadian, dan sama-sama memiliki variabel (Y) yaitu minat berwirausaha, perbedaannya terletak pada salah satu variabelnya yaitu tentang modal sedangkan penelitian ini meneliti tentang variabel pengetahuan dan berbeda pada tempat penelitiannya. Juga yaitu di Jember sedangkan peneliti meneliti di UIN Syahada Padangsidimpuan.
4. Persamaan penelitian Titik Haryani dengan penelitian ini terletak pada variabel pengetahuan dan minat berwirausaha, perbedaannya terletak pada lokasi penelitiannya di Politeknik Tunas Pemuda sedangkan penelitian ini di UIN Syahada Padangsidimpuan
5. Persamaan penelitian Nirwana dengan penelitian ini sama-sama meneliti variabel media sosial, pengetahuan, dan minat berwirausaha, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, lokasi penelitian nirwana di

Universitas Hasanuddin Makassar sedangkan peneltain ini di Uin Syahada Padangsidimpuan.

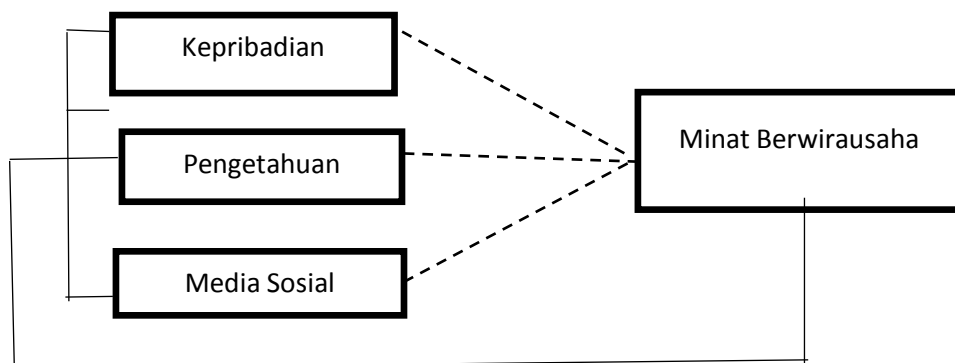
6. Persamaan penelitian Dodi Agusra dengan penelitian ini terletak pada variabel pengetahuan dan sama sama meneliti variabel (Y) yaitu minat berwirausaha, perbedaannya terletak pada salah satu variabelnya yaitu tentang lingkungan keluarga sedangkan peneliti meneliti tentang kepribadian, media sosial, dan berbeda tempat penelitiannya yaitu di STIE Pekanbaru sedangkan peneliti meneliti di UIN Syahada Padangsidipuan.
7. Persamaan penelitian Wahyudi dengan penelitian ini adalah sama-sama memiliki variabel pengetahuan dan minat berwirausaha. Sedangkan perbedaannya terletak pada jumlah variabel yang diteliti yang dimana penelitian Wahyudi meneliti 3 variabel dan 1 variabel Intervening sedangkan penelitian ini memiliki 4 variabel dan Lokasi penelitian yang berbeda dimana penelitian Wahyudi meneliti di UIN Alauddin Makassar sedangkan peneliti meneliti Uin Syahada Padangsidipuan.
8. Persamaan penelitian Syarifah Aini dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Variabel pengetahuan dan sama-sama meneliti variabel (Y) yaitu minat berwirausaha dan lokasi penelitian nya juga sama-sama meneliti di Uin Syahada Padangsidipuan, perbedaannya penelitian terdahulu memiliki 3 variabel sedangkan penelitian ini memiliki 4 variabel.
9. Persamaan penelitian Ahmad Ghazali adalah memiliki variabel yang sama yaitu pengetahuan, kepribadian, dan minat berwirausaha. Perbedaannya penelitian Ahmad Ghazali memiliki variabel moderating dengan perencanaan

strategis dan Lokasi penelitiannya Ahmad Ghozali meneliti di IAIN Tulungagung sedangkan peneliti meneliti di Uin Syahada Padangsidimpuan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah bentuk ideal dari sebuah konsep teori ataupun gabungan dari beberapa teori, yang menjelaskan dengan masuk akal tentang kaitan satu atau beberapa bagian yang dapat diidentifikasi sebagai bagian yang penting menjelaskan masalah yang akan diteliti, kerangka pikir dalam bagan dan diasajikan dalam gambar berikut ini:

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Keterangan :

X_1 : Kepribadian

X_2 : Pengetahuan

X_3 : Media Sosial

Y : Minat Berwirausaha

----- : Secara Parsial

———— : Secara Simultan

D. Hipotesis

Hipotesis adalah teori mengenai tentang apa saja yang diamati dalam proses memahami suatu hal. Hipotesis ditujukan untuk memberikan pengetahuan yang lebih luas mengenai gejala-gejala yang dipelajari, dalam hal ini yaitu menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor kepribadian, pengetahuan, dan

motivasi terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang pada umumnya bersifat dalam bentuk pernyataan.

Sesuai observasi dan penelitian peneliti atas permasalahan yang terjadi maka peneliti mengajukan dugaan yaitu:

H_{01} = Kepribadian tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha

H_{a1} = Kepribadian berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

H_{02} = Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

H_{a2} = Pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

H_{03} = Media Sosial tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

H_{a3} = Media Sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

H_{04} = Kepribadian, pengetahuan, dan media sosial tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

H_{a4} = Kepribadian, pengetahuan, dan media sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Daryy, Padangsidempuan. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada 15 November 2024 sampai dengan 10 Juni 2025.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sejenis penelitian yang memfokuskan pada hal mencari data sebanyak-banyaknya dari populasi yang besar, dan tidak begitu menitik beratkan pada kedalaman datanya. Meskipun populasinya besar, tetapi dapat dianalisis dengan mudah baik dengan rumus-rumus statistic maupun computer. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan pendekatan deduktif, yaitu pendekatan yang berawal dan berangkat dari permasalahan umum berupa teori menuju hal yang khusus, sehingga penelitian ini harus ada landasan teorinya.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok objek yang menjadi fokus pada penelitian. Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan prodi ekonomi syariah dengan Angkatan 2020 jumlah 238 mahasiswa yaitu putra dengan jumlah 57 dan putri

berjumlah 181. Adapun alasan peneliti hanya mengambil populasi pada Angkatan 2020 saja karena seharusnya mahasiswa prodi ekonomi syariah Angkatan 2020 sudah memikirkan tentang kedepannya seperti memikirkan pekerjaan setelah selesai dari perkuliahan hal ini lah yang membuat tertarik apakah mahasiswa prodi ekonomi syariah Angkatan 2020 mengaplikasikan pembelajaran dibangku perkuliahan tentang berwirausaha atau lebih memikirkan bekerja diperusahaan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut³⁴. Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel³⁵. Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Keterangan:

n = anggota sampel

N = anggota populasi

e = standar error 10%

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

$$n = \frac{238}{1+(238 \times 0,1^2)}$$

³⁴ Nur Aziah Romadhani and Handini Sri, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Di Surabaya Pada Perusahaan Investasi Berbasis Digital," *Economos :Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 6, no. 1 (April 2023): hlm. 41.

³⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 131.

$$n = \frac{238}{3,38}$$

$$n = 70,41$$

Maka, sampel dalam penelitian ini berjumlah 70 mahasiswa prodi ekonomi syariah.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian yang terpenting yang harus diperhatikan oleh peneliti, karena instrumen pengumpulan data akan menentukan keberhasilan atau tidaknya suatu penelitian. Penggunaan metode pengumpulan data jika salah akan berdampak ke selanjutnya. Sumber data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data di lokasi penelitian.

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang akurat, maka untuk mempermudah peneliti untuk mendapatkan data, penelitian ini menggunakan metode observasi, angket, dan dokumentasi. Pada penelitian kuantitatif dikenal beberapa metode pengumpulan data yaitu:

1. Observasi

Metode Observasi adalah pengumpulan data dengan melakukan pengamatan untuk memperoleh informasi tentang mengamati apa yang terjadi di lingkungan dengan nyata. Observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati minat mahasiswa Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Dary.

2. Angket

Metode angket merupakan serangkaian pertanyaan yang disusun secara sistematis, lalu diisi oleh responden dan selanjutnya dikembalikan ke peneliti.

Pada penelitian ini menggunakan angket langsung tertutup, yang dimana angket ini dibuat untuk merekam data terkait situasi dan kondisi yang di alami responden, dan pada angket tersebut telah tertera seluruh opsi jawaban yang dijawab responden yang berkaitan faktor kepribadian, pengetahuan, dan motivasi terhadap mahasiswa.

Tabel 3.1 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Hasil jawaban dari responden akan diberikan skor dari setiap jawaban yang akan dipilih berdasarkan skala likert. Dalam penyusunan angket, agar tidak keluar dari pembahasan yang di teliti maka peneliti Menyusun kisi kisi angket sebagai berikut.

Tabel 3.2 Kisi Kisi Angket

No	Variabel	Indikator	No.soal
1	Minat Berwirausaha (Y)	1. Keberanian 2. Kemampuan 3. Keteguhan Hati 4. Kreativitas	1,2 3,4 5,6 7
2	Kepribadian (X ₁)	1. Percaya Diri 2. Berorientasi Pada Hasil 3. Pengambilan Resiko	1,2 3,4 5,6
3	Pengetahuan (X ₂)	1. Pengetahuan Dasar Kewirausahaan 2. Pengetahuan Ide dan Peluang Usaha 3. Pengetahuan Tentang Aspek-	1,2 3,4 5,6

		Aspek	
4	Media Sosial (X ₃)	1. Komunitas Online	1,2
		2. Interaksi	3,4
		3. Aksesibilitas	5,6
		4. Kredibilitas	7,8

3. Dokumentasi

Digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang aktual dan faktual yang sesuai dengan fenomena atau masalah penelitian.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan hipotesis kerja. Jadi dalam analisis data bertujuan untuk mengorganisasikan data-data yang diperoleh. Setelah data yang diperoleh dari lapangan terkumpul dengan metode pengumpulan data yang telah dijelaskan di atas, maka penulis.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data dan memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan mencakup pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan apa yang diceritakan kepada orang lain. Analisis data kualitatif adalah suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan data-data yang telah terkumpul, sehingga diperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya.

1. Uji Instrument

Setelah data terkumpul, maka akan dilakukan uji instrumen dengan menggunakan SPSS versi 25. Uji Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya di ukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang harus dilakukan. Hasil validitas dari setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada besarnya angka yang terdapat pada kolom *correcte d item total correlation*. Dasar pengambilan keputusan.

- 1) Jika r_{hitung} positif serta $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variabel tersebut valid
- 2) Jika r_{hitung} positif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid
- 3) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, tetapi bertanda negative, maka variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat yang digunakan untuk menguji atau mengukur kepercayaan instrument kuesioner yang merupakan indikator dan variabel atau konstruk yang berguna untuk mengetahui konsistensi alat ukur dan konsisten jika pengukuran tersebut diulang dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach*

Alpha dengan nilai 0,6. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6, maka variabel yang diteliti dikatakan reliabel.

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah ada nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Dalam penelitian uji normalitas menggunakan *Sample Kolmogorov Smirnov*. Uji normalitas dilakukan dengan melihat taraf signifikan 10% atau 0,1 maka ketentuan uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,1$ maka berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka sampel berasal dari populasi berdistribusi tidak normal.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Konsekuensi adanya multikolinearitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Cara untuk melihat

uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*.

1) Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu apabila nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Begitupula sebaliknya apabila nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas.

2) *Tolerance* yaitu apabila nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas. Begitupula sebaiknya apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

4. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel independen dengan variabel residual (e). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Scatterplot yaitu dengan menguji tingkat signifikannya antara variabel independen dengan absolut residual $< 0,1$ berarti terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,1$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk menguji pengaruh kepribadian, pengetahuan, dan media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen dihitung dengan menggunakan persamaan garis regresi berganda berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	: Variabel dependen
a	: Konstanta
b ₁	: Koefisien regresi variabel X ₁
b ₂	: Koefisien regresi variabel X ₂
b ₃	: Koefisien regresi variabel X ₃
X ₁	: Variabel kepribadian
X ₂	: Variabel pengetahuan
X ₃	: Variabel media sosial
e	: Standard error

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0,1. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 .
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 .

b. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua independen variabel terhadap dependen variabel. Menentukan F_{tabel} dan F_{hitung} dengan

taraf signifikan sebesar 10% (0,1) dengan $df = (n-k-1)$. Adapun kriteria pengujian F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat sejauh mana besar keragaman yang dapat diterangkan oleh parameter bebas terhadap parameter tidak bebas. Nilai koefisien determinasi (R^2) antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai mendekati satu berarti variabel-variabel memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri pada tahun 2013. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bersamaan dengan proses alih STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan peraturan presiden No. 52 tahun 2013 tentang perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani oleh presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Perpres ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2013 nomor 122.

Tindak lanjut dari perpres tersebut adalah lahirnya peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 Tentang Organisasi dan tata kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki 4 fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN Padangsidimpuan dipercaya untuk melaksanakan arahan kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun keempat fakultas sama

lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih dibawah bendera STAIN.³⁶

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 87 Tahun 2022 Pada tahun IAIN Padangsidimpuan resmi menjadi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Perubahan status ini diresmikan oleh Presiden RI Joko Widodo yang ditetapkan pada tanggal 8 Juni 2022.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan Ekonomi dan Bisnis Islam berbasis *teoantropoekosentris* (*Al-Ilahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniyah*) dan berperan aktif ditingkat internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan Pendidikan berkualitas secara konsep dan praktis yang berbasis *Teoantropoekosentris*.
- 2) Meningkatkan kualitas penelitian dibidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis *Teoantropoekosentris*.
- 3) Meningkatkan kualitas pengabdian kepada Masyarakat dibidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis *Teoantropoekosentris*.
- 4) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan pemangku kepentingan internasional dan nasional
- 5) Membangun sistem manajemen dengan tata kelola dan budaya mutu yang baik berbasis teknologi informasi dan komunikasi

³⁶ <https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/febi/sejarah/>, Diakses pada Tanggal 20 Juli 2024, Pukul 11.50 WIB

B. Dekripsi Data Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data primer agar mengetahui pengaruh kepribadian, pengetahuan, dan media sosial mahasiswa ekonomi syariah Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berjumlah 238 mahasiswa penyebaran melalui kuesioner kepada 70 responden yang menjadi sampel penelitian. Adapun proses penelitian dan penyebaran angket yang dilakukan penelitian dari bulan April 2025 sampai dengan Juni 2025.

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Berdasarkan karakteristik gambaran responden seperti jenis kelamin dapat digambarkan sesuai penjelasan dibawah ini, peneliti mendeskripsikan jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	21	30,0%
Perempuan	49	70,0%
Jumlah	70	100%

Sumber: Data diolah dari SPSS 23

Hasil uji frekuensi diatas menunjukkan bahwa, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu, responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 21 orang atau 30,0% dari 70 responden, responden dengan jenis

kelamin perempuan sebanyak 49 orang atau 70,0% dari 70 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 49 orang atau 70,0% dari 70 responden.

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
22	1	1,4%
23	59	84,3%
24	10	14,3%
Jumlah	70	100%

Sumber: Data diolah dari SPSS 23

Hasil uji frekuensi diatas menunjukkan bahwa, karakteristik responden berdasarkan usia yaitu, responden dengan usia 22 tahun memiliki frekuensi sebanyak 1 orang atau 1,4% dari 70 responden, responden dengan usia 23 tahun memiliki frekuensi sebanyak 59 orang atau 84,3% dari 70 responden, responden dengan usia 24 tahun memiliki frekuensi sebanyak 10 orang atau 14,3% dari 70 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa, karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini didominasi oleh responden berusia 23 tahun yaitu sebanyak 59 orang atau 84,3% dari 70 responden.

C. Hasil Analisis

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Uji validitas yang dilakukan untuk menguji 6 pernyataan Kepribadian, 6 pernyataan untuk Pengetahuan, 8 pernyataan untuk Media Sosial, dan 7

pernyataan untuk Minat Berwirausaha. Hasil uji validitas dari penelitian ini yaitu :

1) Uji Validitas kepribadian (X_1)

Berikut ini hasil perhitungan uji validitas mengenai kepribadian :

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Kepribadian (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,676	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=70-2=68$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,198	Valid
2	0,676		Valid
3	0,880		Valid
4	0,880		Valid
5	0,843		Valid
6	0,843		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 25

Validitas kepribadian pada tabel IV.2 Dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepribadian berdasarkan pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=68$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,198. Sehingga keempat item angket kepribadian dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Pengetahuan (X_2)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Pengetahuan (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,799	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=70-2=68$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,198	Valid
2	0,801		Valid
3	0,608		Valid
4	0,719		Valid
5	0,602		Valid
6	0,606		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 25

Validitas harga pada tabel IV.3 Dapat disimpulkan bahwa angket mengenai pengetahuan berdasarkan pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=68$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,198. Sehingga keenam item angket pengetahuan dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Media Sosial (X_3)

Berikut ini hasil perhitungan uji validitas mengenai media sosial :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Media Sosial (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,792	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=70-2=68$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,198	Valid
2	0,722		Valid
3	0,598		Valid
4	0,717		Valid
5	0,733		Valid
6	0,587		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 25

Validitas media sosial pada tabel IV.4 Dapat disimpulkan bahwa angket mengenai media sosial berdasarkan pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 8 adalah valid. Karena kedelapan item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=68$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,198. Sehingga kedelapan item angket media sosial dinyatakan valid.

4) Uji Validitas Minat Berwirausaha (Y)

Berikut ini hasil perhitungan uji validitas mengenai minat berwirausaha :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Minat Berwirausaha (X₂)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,684	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=70-2=68$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,198	Valid
2	0,593		Valid
3	0,672		Valid
4	0,820		Valid
5	0,597		Valid
6	0,598		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 25

Validitas minat berwirausaha pada tabel IV.5 Dapat disimpulkan bahwa angket mengenai minat berwirausaha berdasarkan pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 7 adalah valid. Karena ketujuh item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=68$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,198. Sehingga ketujuh item angket minat berwirausaha dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji reliabilitas variabel harga sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kepribadian (X1)	0,889	6	Reliabel
Pengetahuan (X2)	0,761	6	Reliabel
Media Sosial (X3)	0,800	8	Reliabel

Sumber Hasil Pengolahan Data Pada SPSS Versi 25

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.6 Diperoleh kesimpulan bahwa angket untuk variabel kepribadian adalah reliabel, dengan nilai cronbach's alpha $> 0,6$ ($0,889 > 0,6$). Angket untuk variabel pengetahuan adalah reliabel, dengan nilai cronbach's alpha $> 0,6$ ($0,761 > 0,6$). Angket untuk

variabel media sosial adalah reliabel, dengan nilai cronbach's alpha $>0,6$ ($0,800 > 0,6$). Angket untuk variabel minat berwirausaha adalah reliabel, dengan nilai cronbach's alpha $>0,6$ ($0,763 > 0,6$).

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS 25 dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* (KS) pada taraf signifikan 0,1. Hasil perhitungan uji Sample *Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.76695427
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai uji Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai uji variable adalah 0.200 nilai Kolmogorov-

Simirnov variabel tersebut lebih besar dari 0.1 yang berarti bahwa data yang dipakai dalam penelitian ini adalah terdistribusi normal.

3. Hasil Uji Multikolinearitas

Berikut ini hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kepribadian (x1)	.454	2.202
	Pengetahuan (X2)	.857	1.167
	Media Sosial (x3)	.505	1.980

Sumber : Lampiran Hasil Olah Data Spss (2025)

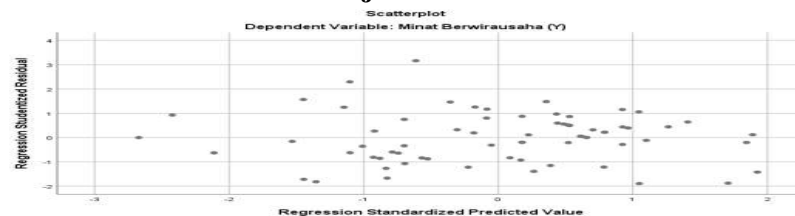
Berdasarkan tabel IV.12 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel kepribadian $2,202 < 10$, pengetahuan $1,167 < 10$ dan media sosial $1,980 < 10$, jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas kurang dari 10 ($VIF < 10$).

Sementara nilai tolerance untuk variabel kepribadian adalah $0,454 > 0,1$, pengetahuan $0,857 > 0,1$ dan media sosial $0,505 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai tolerance dari ketiga variabel adalah lebih besar dari 0,1. Berdasarkan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Berikut ini hasil uji heterokedastisitas:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Lampiran Hasil Olah Data Spss (2025)

Berdasarkan Kurva uji Heterokedastisitas dari hasil perbaikan model, maka terlihat penyebaran residu tidak teratur dengan plot yang menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang sistematis. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala Heterokedastisitas dalam model penelitian yang telah diperbaiki. Sehingga dengan demikian persamaan regresi yang akan digunakan telah memenuhi asumsi Heterokedastisitas yakni varians dari residu dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki kesamaan atau tidak membentuk pola tertentu sebagaimana yang terlihat dalam Scatterplot di atas. dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama, yaitu dengan cara data yang disusun dikelompokkan kemudian disajikan sehingga diperoleh gambaran umum tentang statistik data yaitu mean dan standar deviasi.³⁷ Berikut hasil

³⁷ M. Fauzan, —Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) Dan Modal Sendiri Terhadap Jumlah Pembiayaan Pada Pt. Bprs Bakti Makmur Indah,|| *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 1 (13 Juni 2019): hlm. 55., <https://doi.org/10.30651/jms.v4i1.2434>.

analisis statistik deskriptif :

Tabel 4.10
Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Statistics

	Kepribadian (x1)	Pengetahuan (X2)	Media Sosial (x3)	Minat Berwirausaha (Y)
Valid	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0
Mean	20.4429	19.4857	23.5714	20.0143
Median	20.0000	19.5000	25.0000	20.5000
Mode	25.00	23.00	25.00 ^a	23.00
Std. Deviation	4.59564	3.94066	4.90658	4.08068
Variance	21.120	15.529	24.075	16.652
Range	19.00	19.00	20.00	16.00
Minimum	11.00	8.00	11.00	11.00
Maximum	30.00	27.00	31.00	27.00
Sum	1431.00	1364.00	1650.00	1401.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Sumber : Lampiran Hasil Olah Data Spss (2025)

Berdasarkan hasil tabel IV.14 uji analisis statistik deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel kepribadian dengan jumlah data (N) sebanyak 70 mempunyai mean 20,44 dengan nilai minimum 11 dan nilai maximum 27 serta standard deviation 4,595. Variabel pengetahuan dengan jumlah data (N) sebanyak 70 mempunyai mean 19,48 dengan nilai minimum 8 dan nilai maximum 27 serta standard deviation 3,940. Variabel media sosial dengan jumlah data (N) sebanyak 70 mempunyai mean 23,57 dengan nilai minimum 11 dan nilai maximum 31 serta standard deviation 4,906. Variabel minat berwirausaha dengan jumlah data (N) sebanyak 70 mempunyai mean 20,01 dengan nilai minimum 11 dan nilai maximum 27 serta standard deviation

4,080.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepribadian (X_1), pengetahuan (X_2) dan media sosial (X_3) terhadap minat berwirausaha (Y). Hasilnya dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.11
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7.528	4.176		-1.803	.076
Kepribadian (x1)	.263	.110	.296	2.389	.020
Pengetahuan (X2)	.657	.093	.635	7.042	.000
Media Sosial (x3)	.397	.098	.477	4.065	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber : Lampiran Hasil Olah Data Spss (2025)

Berdasarkan tabel IV.17 di atas dapat dilihat pada kolom Unstandardized coefficeents bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Sehingga rumus dalam penelitian ini yaitu :

$$MB = a + b_1 K + b_2 P + b_3 MS + e$$

$$MB = -7,528 + 0,263 K + 0,657 P + 0,397 MS + e$$

Keterangan ;

a = Konstanta

b1, b2, b3 = Koefisien linier berganda

K= Kepribadian

P= Pengetahuan

MS= Media Sosial

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar -7,528 artinya apabila variabel kepribadian (X_1), pengetahuan (X_2) dan media sosial (X_3) nilai 0, maka keputusan pembelian - 7,528
- b. Nilai koefisien regresi kepribadian senilai 0,263 artinya apabila variabel kepribadian ditambah 1 satuan, maka minat berwirausaha bertambah sebesar 0,263 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif antara kepribadian dengan minat berwirausaha.
- c. Nilai koefisien regresi pengetahuan senilai 0,657 artinya apabila variabel pengetahuan ditambah 1 satuan, maka minat berwirausaha bertambah sebesar 0,657 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif antara pengetahuan dengan minat berwirausaha.
- d. Nilai koefisien regresi media sosial senilai 0,397 artinya apabila variabel media sosial ditambah 1 satuan, maka minat berwirausaha bertambah sebesar 0,397 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif antara media sosial dengan minat berwirausaha

7. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji signifikan parsial (uji t) :

Tabel 4.12
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7.528	4.176		-1.803	.076
Kepribadian (x1)	.263	.110	.296	2.389	.020
Pengetahuan (X2)	.657	.093	.635	7.042	.000
Media Sosial (x3)	.397	.098	.477	4.065	.000
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)					

Sumber : Lampiran Hasil Olah Data Spss (2025)

Berdasarkan tabel IV.16 hasil uji parsial di atas dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai t_{hitung} yang diperoleh dari rumus $df=n-k-1$ yaitu $df=70-3-1$ sama dengan 66 dengan t_{tabel} 1,668.

- 1) t_{hitung} kepribadian adalah $2,389 > 1,668$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh kepribadian terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
- 2) t_{hitung} pengetahuan adalah $7,042 > 1,668$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
- 3) t_{hitung} media sosial adalah $4,065 > 1,668$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh media sosial terhadap minat

mahasiswa dalam berwirausaha studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji signifikan simultan (uji f) :

Tabel 4.13
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	620.719	3	206.906	25.850	.000 ^b
Residual	528.266	66	8.004		
Total	1148.986	69			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)
b. Predictors: (Constant), Media Sosial (x3), Pengetahuan (X2), Kepribadian (x1)

Sumber : Lampiran Hasil Olah Data Spss (2025)

Berdasarkan tabel IV.17 di atas, F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan 0,1 dengan $df = n-k-1$ atau $70-3-1 = 66$, hasil yang diperoleh untuk F_{hitung} adalah sebesar 25,850. Oleh karena itu F_{hitung} sebesar $25,850 > F_{\text{tabel}}$ sebesar 2,17 karena $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara kepribadian, pengetahuan dan media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.

8. Uji Koefisien Determinasi

Berikut adalah hasil perhitungan uji determinasi Adjusted R Square :

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.540	.519	2.82914
a. Predictors: (Constant), Media Sosial (x3), Pengetahuan (X2), Kepribadian (x1)				
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)				

Sumber : Lampiran Hasil Olah Data Spss (2025)

Berdasarkan tabel IV hasil analisis koefisien determinasi (R²) di atas diperoleh angka Adjusted R Square 0,519 atau 51,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepribadian, pengetahuan dan median sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Sedangkan sisanya 48,1% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

D. Hasil Pembahasan

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan dan Media Sosial Terhadap Minat mahasiswa dalam Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan penyebaran angket secara langsung kepada konsumen dan mengolah hasil jawaban para responden dengan menggunakan aplikasi SPSS 25 adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kepribadian Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Berdasarkan rumusan masalah pertama yang diajukan dan telah dilakukan penyebaran angket untuk mengetahui pengaruh kepribadian terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi

Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan. Maka diperoleh hasil analisis data t_{hitung} untuk variabel kepribadian adalah 2,389 dan jika dibandingkan dengan $t_{tabel} = 1,668$. Dari data dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,389 > 1,668$). Hal ini menunjukkan bahwa, semakin tinggi tingkat kepribadian seseorang menjadikan seseorang mempunyai hasrat yang tinggi dalam melakukan berwirausaha. Menurut Pandji Anogara kepribadian seseorang mempengaruhi dirinya dalam memilih pekerjaan. Kepribadian adalah karakter yang dimiliki oleh seseorang. Dalam kepribadian seorang individu terdapat rasa percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko, berjiwa pemimpin, dan berorientasi kedepan. Minat berwirausaha menurut merupakan kemauan untuk membuka usaha sendiri dan keberanian untuk mengambil dan menangani resiko yang mungkin akan terjadi ketika menjalankan usaha bisnis serta kemauan untuk berfikir kreatif dan inovatif.³⁸

Hasil ini sejalan dengan penelitian Ahmad Ghazali bahwa kepribadian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada masyarakat Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.³⁹

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepribadian sangat penting untuk menumbuhkan karakter yang dimiliki seseorang. Selain itu, dapat juga menjadi ketertarikan seseorang untuk

³⁸ Dahlan, M. A, Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.3 No.1, Januari-Juni, 2017

³⁹ Ahmad Ghazali, Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Pengusaha Konveksi Di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung Dengan Perencanaan Strategis Sebagai Variabel Moderating, *Skripsi*, (Tulungagung, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung (IAIN), 2019).

membuka usaha sendiri dengan kemauan untuk menghadapi resiko ketidakpastian yang mungkin akan terjadi selama menjalankan bisnisnya dan kemauan untuk berfikir kreatif dalam mengembangkan ide ide, peluang usaha, dan mengembangkan usaha yang dijalani. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kepribadian berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel kepribadian terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.

2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Berdasarkan rumusan masalah pertama yang diajukan dan telah dilakukan penyebaran angket untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan, maka diperoleh hasil pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Maka diperoleh hasil analisis data t_{hitung} untuk variabel pengetahuan adalah 7,042 dan jika dibandingkan dengan $t_{tabel} = 1,668$. Dari data dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,042 > 1,668$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki seseorang cenderung akan mendorong minat untuk berwirausaha.

Pengetahuan Kewirausahaan menurut Noviantoro pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan individu dalam mempelajari,

memahami dan mengingat suatu informasi mengenai kewirausahaan. Pengetahuan yang dimaksud diantaranya *Self Knowledge* (Pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukan atau ditekuni), *Knowing Your Business* (mengetahui semua yang terkait dengan aktivitas bisnis yang dilakukan) *Knowing The Basic Business Management* (mengetahui dasar-dasar penegelolaan bisnis, misalnya merancang usaha, mengorganisasikan dan mengendalikan perusahaan), *Knowing How To Compete* (mengetahui strategi/cara bersaing).⁴⁰

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Dodi Agusra bahwa variabel pengetahuan dan kewirausahaan berbanding lurus dengan variabel minat berwirausaha karena jika pengetahuan seseorang meningkat maka minat berwirausahanya juga akan meningkat.⁴¹

Berdasarkan pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan mampu memanfaatkan ide dan peluang secara kreatif dan inovatif yang memiliki manfaat bagi dirinya dan masyarakat. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.

⁴⁰ Noviantoro, Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Skripsi, 2017

⁴¹ Dodi Agusra, "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen", *Jurnal Management Studies and Entrepreneurship*, Vol. 2 No. 1 (2021).

3. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Berdasarkan rumusan masalah pertama yang diajukan dan telah dilakukan penyebaran angket untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan, maka diperoleh hasil media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Maka diperoleh hasil analisis data t_{hitung} untuk variabel media sosial adalah 4,065 dan jika dibandingkan dengan $t_{tabel} = 1,668$. Dari data dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,065 > 1,668$). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai faktor yang mendorong minat berwirausaha. Ini berarti bahwa mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan inspirasi tentang kewirausahaan cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk memulai usaha.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Nirwana dengan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi usaha dan pengetahuan kewirausahaan.⁴²

⁴² Nirwana, Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Hasanuddin Makassar, *Tesis*, (Makassar, Universitas Hasanuddin Makassar, 2022).

4. Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

Berdasarkan hasil uji simultan (F) menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kepribadian, pengetahuan dan media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Dengan pengujian dari uji F hasilnya menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $(25,850 > 2,17)$ dengan tingkat signifikansi 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kepribadian, Pengetahuan dan Media Sosial berpengaruh Terhadap Minat mahasiswa dalam Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kepribadian, pengetahuan, dan media sosial yang memengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2020 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Secara Parsial Kepribadian berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2020 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t kepribadian, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,389 > 1,668$).
2. Secara Parsial Pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2020 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t variabel pengetahuan, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,042 > 1,668$).
3. Secara Parsial Media Sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2020 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t variabel media sosial, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,065 > 1,668$).
4. Secara Simultan kepribadian, pengetahuan, dan media sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2020 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidimpun. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji F, yaitu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,850 > 2,17$)

B. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil analisis data, secara parsial (uji t) minat berwirausaha dipengaruhi oleh kepribadian, pengetahuan, dan media sosial secara signifikan, , sedangkan secara simultan (uji F) terdapat pengaruh yang signifikan kepribadian, pengetahuann,dan media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha , maka implikasi dari penelitian ini, kepribadian, pengetahuan, dan media sosial harus tetap dipertahankan oleh mahasiswa ekonomi syariah Angkatan 2020 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpun.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2020 UIN Syekh Ali Hasan Addary Padangsidimpun

Diketahui kepribadian, pengetahuan, dan media sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2020 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpun, maka kepribadian, pengetahuan, dan media sosial dapat dikembangkan serta ditingkatkan dengan sebaik mungkin sehingga bisa membuka lapangan pekerjaan atau menciptakan lapangan pekerjaan sehingga bisa mengurangi tingkat pengangguran, dan mahasiswa prodi ekonomi syariah FEBI UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN Angkatan 2020 agar bisa

memanfaatkan media sosial secara positif dapat menggunakannya sebagai media dan menambah wawasan terkait dengan kewirausahaan.

2. Bagi peneliti Selanjutnya

Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar melanjutkan dan mengembangkan lebih luas penelitian ini terutama untuk variabel kepribadian, pengetahuan, dan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini Syarifah, “Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa” (IAIN Padangsidempuan, 2020).
- Arwidianingrum.Ainun, “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, Dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Perguruan Tinggi Di Ponorogo” (IAIN Ponorogo, 2024).
- Amalia.Rahma.Alfirda dan Ediyono Suryo, “Kepribadian Manusia Dalam Perspektif Filsafat,” Jurnal Filsafat,2023.
- Agusra Dodi, “Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen,” Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ) 2, no. 1 (2021).
- Arikunto Suharsimi, “Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,” 2010.
- Ghozali.Ahmad, “Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Pengusaha Konveksi Di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung Dengan Perencanaan Strategis Sebagai Variabel Moderating,” 2019.
- Herdiyani Sankist , “Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review,” Jurnal Administrasi Bisnis 18, no. 2 (2022).
- Iswandari Asti, “Pengaruh Motivasi Intrinsik, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Smkn 12 Surabaya,” Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan 1, no. 2 (2013).
- Indriyani Ika dan Subowo Subowo, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui SelfEfficacy,” Economic Education Analysis Journal 8, no. 2 (2019).
- Junaidi Yadiashah Rezqi dan Ulya Unnatiq Annida, “Pengaruh Motivasi, Kepribadian, Dan Modal Terhadap Minat Berwirausaha Pemuda Di Kecamatan Jogorogo” (UIN Surakarta, 2023).

Kifly.Zul.Ahmad dan Syamsu A Kamaruddin, "Konsep Kewirausahaan Dan Wirausaha," Jurnal Inovasi Pendidikan 7, no. 2 (2024) .

Koa Johanes dan Mutia Lestari Dwi Karmila, "Pengaruh Persepsi, Motivasi, Minat, Dan Pengetahuan Tentang Pajak Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Cendana Terhadap Pilihan Berkarir Di Bidang Perpajakan," Jurnal Akuntansi: Transparansi Dan Akuntabilitas 9, no. 2 (2021).

Kiftia Mariatul, Yuswardi Yuswardi, dan Putra Ardia, "Study Discovery Learning Mahasiswa Keperawatan Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Masa Pembelajaran Daring," Idea Nursing Journal 12, no. 1 (2021).

Marsudi Maulana, "Tasawuf Jalaluddin Ar-Rumi Perspektif Annemarie Schimmel," Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama 3, no. 1 (2017).

Mahmud Psikologi Pendidikan, "CV Mustika Setia" (Bandung, 2010).

Nasution Lestari Suci Winda dan Nusa Patriot, "Implementation of Operational Management for MSME Business," ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 8, no. 1 (2023).

Nuraeni Ayu Yayang, "Peran Pendidikan Dalam Pembentukan Jiwa Wirausaha: Pendidikan Kewirausahaan," Jurnal Ilmu Pendidikan (ILPEN) 1, no. 2 (2022).

Nirwana Nirwana, "Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar" (Universitas Hasanuddin, 2022).

Octaviana Dila Rukmi dan Ramadhani Reza Aditya, "HAKIKAT MANUSIA: Pengetahuan (Knowladge), Ilmu Pengetahuan (Sains), Filsafat Dan Agama," Jurnal Tawadhu 5, no. 2 (2021).

Rachim.Abdul dan Riyadi.Rido, "Implementasi Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Berwirausaha Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman," Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies 5, no. 2 (2024).

Rifa'i Muhammad dan Husinsah Husinsah, "Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil," 2022.

Romadhani Azizah Nur and Handini Sri, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Di Surabaya Pada Perusahaan Investasi Berbasis Digital.

R I Departemen Agama, "Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemah," Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010.

Syah Muhibbin, "Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru," 2001.

Suryana Suryana dan Bayu Kartib, "Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses," Jakarta: Salemba Empat, 2014.

Wawan.A dan Dewi.M, "Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap & Perilaku Manusia," Yogyakarta: Nuha Medika, 2011.

Widodo Dwanita Zandra, "Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil," 2022.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Fardhu Akmal Nasution
Nim : 2040200224
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 3 Oktober 2002
Agama : Islam
Anak ke : 4 (Empat)
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Mahasiswa
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)/ Ekonomi Syariah
Alamat : Padangsidempuan Selatan, Siborang
E-mail : fardhuakmal@gmail.com
No. Hp : 082363237722

B. Nama Orang Tua

Ayah : Ahmad Shaleh Nasution
Pekerjaan : Wiraswasta
Ibu : Efi Mulyati Siregar
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Padangsidempuan Selatan, Siborang

C. Pendidikan

1. SD Negeri 200108/12 Padangsidempuan, Tamat Tahun 2014
2. SMPN 1 Padangsidempuan, Tamat Tahun 2017
3. SMAN 2 Padangsidempuan, Tamat Tahun 2020
4. Tahun 2020 melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN Syahada) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Samsuddin Muhammad, S.E., M.Si

NIP : 198612052020121007

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha”**

Nama : Fardhu Akmal Nasution

Nim : 20 402 00224

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan Februari 2025
Validator

Samsuddin Muhammad, S.E, M.Si
NIP.198612052020121007

ANGKET PENELITIAN

“Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, dan Media Sosial Terhadap

Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha”

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :

3. Usia :
4. Jurusan :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini

dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif

yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk

akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan

jawaban.

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

C. Daftar Pertanyaan

1. Minat Berwirausaha (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya terdorong berwirausaha karena wirausaha dapat memberikan peluang yang besar di masa depan					
2.	Saya berkeinginan berwirausaha karena saya mampu mengelola suatu usaha					
3.	Saya tertarik berwirausaha karena saya mampu meminimalisir resiko terhadap usaha yang saya jalankan					
4.	Saya tertarik memulai membuka usaha karena saya yakin dengan kemampuan saya					
5.	Saya mempelajari segala sesuatu tentang dunia wirausaha					
6.	Berwirausaha menjadi pilihan yang menarik bagi saya					
7.	Saya berkeinginan berwirausaha karena saya memiliki kreativitas dan mampu memanfaatkan peluang yang ada					

2. Kepribadian (X₁)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa yakin bahwa saya bisa menjalankan usaha dengan sukses					
2.	Saya merasa mampu menghadapi tantangan yang ada dalam berwirausaha					
3.	Saya selalu berusaha untuk mencapai tujuan dalam usaha saya					

4.	Saya merasa puas ketika usaha yang saya jalankan mencapai hasil yang di inginkan					
5.	Saya tidak takut menghadapi resiko dalam menjalankan usaha					
6.	Saya tidak akan pantang menyerah apabila usaha yang saya jalankan gagal dalam berwirausaha					

3. Pengetahuan (X₂)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memahami pentingnya kreativitas dalam berwirausaha					
2.	Saya mengetahui peran dan tanggung jawab seseorang wirausaha					
3.	Saya paham cara mengevaluasi ide usaha untuk menentukan kelayakannya					
4.	Saya mengetahui cara riset pasar untuk memahami kebutuhan konsumen					
5.	Saya memahami pentingnya pengelolaan resiko dalam dunia usaha					
6.	Saya mengetahui bagaimana cara membuat strategi pemasaran yang efektif					

4. Media Sosial (X₃)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Adanya kemudahan untuk memberikan saran berupa produk yang menumbuhkan minat berwirausaha di media sosial					
2.	Saya tertarik untuk bergabung dengan group / komunitas online yang berkaitan dengan wirausaha di media sosial					
3.	Saya mendapatkan informasi dengan cepat terkait produk terbaru dengan adanya interaksi di media sosial					
4.	Saya tertarik dengan informasi produk yang ditawarkan melalui media sosial					
5.	Saya mengakses media sosial sebagai peluang dalam membuka sebuah usaha					
6.	Saya tidak membutuhkan banyak biaya untuk memulai berwirausaha di media sosial					
7.	Media sosial sebagai wadah paling relevan dalam membuka sebuah usaha					
8.	Saya percaya media sosial dapat membantu saya dalam berwirausaha					

Padangsidimpun, 2025
Responden

(.....)

TABEL
Tabulasi Angket Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Responden	Pernyataan							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	3	3	3	3	24
2	5	3	4	2	2	3	3	22
3	3	4	2	4	4	3	3	23
4	4	4	4	4	3	3	2	24
5	4	3	3	3	3	3	4	23
6	2	2	2	2	3	2	2	15
7	2	1	2	3	4	2	2	16
8	4	3	5	4	3	4	3	26
9	4	5	2	2	4	5	4	26
10	4	2	2	2	3	3	4	20
11	2	2	2	2	3	2	4	17
12	2	2	2	2	2	2	4	16
13	2	2	2	2	4	4	4	20
14	5	4	4	3	2	2	2	22
15	2	2	2	3	2	3	3	17
16	4	4	5	3	2	3	2	23
17	2	2	2	2	2	2	2	14
18	2	2	2	2	2	4	4	18
19	5	2	2	2	3	5	4	23
20	3	4	4	4	3	2	3	23
21	4	4	3	3	2	2	3	21
22	2	4	2	2	2	2	2	16
23	4	5	3	4	3	4	3	26
24	2	3	3	2	2	2	2	16
25	3	2	4	4	4	3	3	23
26	2	4	4	2	3	4	4	23
27	5	4	3	3	3	3	3	24
28	5	5	4	3	3	2	3	
29	1	2	2	1	2	1	2	11
30	2	3	1	2	2	2	2	14
31	2	2	2	2	2	2	4	16
32	4	4	4	4	2	3	3	24
33	4	4	3	3	3	3	3	23

34	4	3	3	4	3	3	3	23
35	5	5	4	2	2	2	2	22
36	5	5	2	2	2	2	2	20
37	4	4	3	2	2	2	2	19
38	1	1	2	2	2	1	1	10
39	3	2	2	2	2	2	2	15
40	2	2	2	2	2	2	3	15
41	3	3	2	2	2	2	2	16
42	2	2	2	2	4	3	2	17
43	4	2	2	2	2	2	2	16
44	2	2	2	2	1	1	1	11
45	1	1	2	1	2	2	2	11
46	3	2	4	4	4	3	2	22
47	4	2	2	3	3	2	4	20
48	3	3	2	2	2	3	2	17
49	4	4	3	2	2	2	2	19
50	2	2	2	2	2	3	3	16
51	2	2	2	2	2	2	1	13
52	3	2	2	5	3	3	2	20
53	4	3	3	3	4	2	3	22
54	4	4	2	4	2	4	4	24
55	2	3	3	3	3	3	3	20
56	2	2	2	2	4	4	3	19
57	3	3	3	3	3	3	3	21
58	2	2	2	2	2	2	2	14
59	4	4	4	3	3	3	3	24
60	4	5	5	4	3	3	3	27
61	4	3	4	4	4	2	2	23
62	4	4	4	2	2	3	3	22
63	2	2	2	2	2	1	1	12
64	3	3	3	2	2	2	3	18
65	4	2	2	2	2	2	2	16
66	2	4	4	4	2	3	2	21
67	2	2	2	2	2	2	2	14
68	2	2	2	2	2	1	1	12
69	4	2	2	2	2	2	2	16
70	3	4	4	4	5	3	3	26

TABEL

Tabulasi Angket Variabel Kepribadian (X1)

Responden	Pernyataan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	3	4	3	3	4	4	21
3	2	4	3	3	3	3	18
4	3	3	4	3	2	3	18
5	3	3	2	3	3	3	17
6	2	2	2	2	2	1	11
7	3	4	4	3	3	3	20
8	2	2	2	3	3	4	16
9	4	4	3	2	3	5	21
10	3	4	3	4	4	4	22
11	3	3	2	2	3	2	15
12	3	3	2	3	2	3	16
13	4	3	4	3	4	3	21
14	5	3	2	3	2	2	17
15	4	3	2	2	3	2	16
16	3	3	4	4	3	3	20
17	3	3	3	2	4	4	19
18	3	2	3	2	3	3	16
19	3	3	2	3	2	3	16
20	3	3	3	3	3	3	18
21	2	3	3	3	3	3	17
22	3	3	2	2	3	3	16
23	3	3	3	3	3	3	18
24	3	3	3	3	2	2	16
25	3	2	3	3	3	3	17
26	3	3	3	3	4	4	20
27	5	3	3	4	3	3	21
28	3	3	4	4	4	4	22
29	4	4	3	3	3	3	20
30	3	3	3	2	3	3	17
31	3	3	3	2	3	3	17
32	3	3	4	3	4	5	22
33	2	2	3	2	3	3	15
34	4	3	3	3	3	3	19
35	3	3	2	3	3	3	17
36	2	3	4	3	4	2	18

37	2	3	3	2	2	2	14
38	3	3	3	2	2	2	15
39	3	3	3	3	4	3	19
40	3	3	3	2	3	1	15
41	4	3	3	3	3	3	19
42	5	5	3	3	3	2	21
43	4	4	3	3	3	3	20
44	2	2	2	2	2	2	12
45	3	2	2	2	2	2	13
46	2	3	3	4	3	2	17
47	3	3	3	3	3	4	19
48	3	3	3	3	2	3	17
49	3	3	4	3	3	3	19
50	2	3	3	3	3	3	17
51	3	2	2	3	2	2	14
52	4	4	3	3	2	4	20
53	3	3	2	3	2	3	16
54	4	2	2	2	3	3	16
55	2	2	2	2	2	2	12
56	2	3	2	2	2	2	13
57	3	3	3	3	4	3	19
58	4	3	2	2	2	3	16
59	3	4	5	2	2	2	18
60	2	3	2	4	3	5	19
61	4	4	3	2	2	2	17
62	2	3	4	4	4	3	20
63	2	2	2	2	2	1	11
64	1	2	2	2	2	2	11
65	3	3	2	3	2	2	15
66	3	3	3	3	3	4	19
67	3	3	3	3	3	3	18
68	2	3	3	2	2	2	14
69	3	3	3	2	3	1	15
70	3	4	3	3	3	3	19

TABEL
Tabulasi Angket Variabel Pengetahuan (X2)

Responden	Pernyataan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	3	4	4	4	4	3	22
2	2	2	3	4	4	3	18
3	3	3	4	4	3	5	22
4	4	3	3	5	4	5	24
5	5	4	3	4	3	4	23
6	3	3	2	2	2	3	15
7	3	3	3	3	2	2	16
8	4	4	5	3	5	5	26
9	4	3	3	4	4	4	22
10	3	3	3	3	4	4	20
11	3	4	4	4	4	3	22
12	3	3	4	4	3	3	20
13	3	3	3	2	3	3	17
14	4	4	4	4	4	3	23
15	4	2	3	4	4	2	19
16	3	3	4	4	3	2	19
17	2	2	3	3	3	2	15
18	3	3	3	4	5	4	22
19	4	4	4	4	4	3	23
20	3	2	5	3	4	4	21
21	3	2	2	4	5	2	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	4	4	4	4	4	3	23
24	2	2	3	3	3	3	16
25	4	4	3	4	2	3	20
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	3	3	3	3	4	19
28	2	2	3	3	3	3	16
29	3	3	2	2	2	2	14
30	3	3	3	3	3	3	18
31	2	3	3	3	2	3	16
32	4	3	3	3	3	3	19
33	4	4	4	4	4	4	24
34	3	3	3	4	4	4	21

35	3	3	3	4	4	4	21
36	3	3	3	3	3	3	18
37	3	4	3	5	2	4	21
38	1	2	2	1	1	1	8
39	2	2	2	2	2	1	11
40	4	2	2	2	2	2	14
41	3	2	3	3	2	2	15
42	4	2	2	2	2	2	14
43	2	1	2	2	2	2	11
44	2	2	1	2	3	4	14
45	3	2	3	3	2	2	15
46	2	2	2	2	3	2	13
47	2	3	3	3	3	5	19
48	2	2	2	3	3	4	16
49	4	3	4	4	4	3	22
50	4	3	3	3	2	2	17
51	4	3	5	4	3	3	22
52	3	3	3	3	3	4	19
53	3	3	3	5	3	4	21
54	5	3	4	3	3	4	22
55	5	3	3	3	3	3	20
56	3	3	3	4	5	5	23
57	2	2	2	2	3	3	14
58	4	2	2	2	2	2	14
59	2	2	2	3	4	5	18
60	4	2	3	3	5	4	21
61	3	4	3	3	3	4	20
62	3	3	3	3	3	2	17
63	3	3	3	3	3	3	18
64	3	3	4	4	5	3	22
65	1	1	3	5	4	4	18
66	3	3	4	2	2	2	16
67	3	3	3	3	3	3	18
68	3	4	2	3	2	2	16
69	4	4	3	3	3	2	19
70	3	4	4	4	5	4	24

TABEL
Tabulasi Angket Variabel Media Sosial

Responden	Pernyataan								total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	3	3	3	3	4	4	4	28
2	3	3	3	3	4	3	3	3	25
3	4	3	2	3	3	4	3	3	25
4	3	4	3	2	2	5	2	4	25
5	2	3	3	3	4	3	3	5	26
6	5	2	3	4	4	5	4	4	31
7	4	3	2	2	2	4	5	3	25
8	4	3	4	4	4	3	4	4	30
9	4	4	3	3	3	3	3	3	26
10	3	3	3	3	3	2	3	3	23
11	3	3	3	3	3	3	4	3	25
12	5	2	2	3	3	3	3	2	23
13	5	3	3	3	3	2	3	3	25
14	2	2	5	2	2	2	5	5	25
15	3	2	2	3	4	3	4	5	26
16	2	2	2	4	4	4	4	4	26
17	3	2	4	2	2	3	4	5	25
18	3	2	3	2	2	3	4	4	23
19	4	2	3	2	2	2	5	4	24
20	5	2	2	3	3	4	4	3	26
21	5	4	4	3	4	3	4	3	30
22	4	3	3	3	3	3	3	3	25
23	4	4	3	4	3	3	4	5	30
24	4	3	3	3	3	3	4	4	27
25	4	3	3	3	3	5	4	4	29
26	4	3	3	3	5	5	3	4	30
27	4	3	3	3	5	3	3	4	28
28	4	4	4	4	4	4	4	3	31
29	1	3	3	3	3	3	3	3	22
30	3	2	2	2	2	4	3	4	22
31	4	4	3	3	3	3	3	3	26
32	4	4	5	2	3	3	4	4	29
33	4	5	5	3	2	2	3	4	28
34	3	3	3	3	2	4	4	4	26
35	5	5	3	3	2	3	4	3	28
36	5	5	5	5	2	3	2	2	29
37	3	3	3	4	4	4	3	4	28

38	4	3	2	3	2	4	4	4	26
39	5	3	3	3	3	3	3	4	27
40	4	3	2	4	5	5	4	4	31
41	4	3	3	4	3	4	3	2	26
42	3	4	4	3	3	3	3	4	27
43	4	3	3	3	3	3	3	5	27
44	4	4	3	3	4	4	3	3	28
45	3	2	2	3	4	3	5	3	25
46	4	4	2	4	5	3	3	2	27
47	4	4	4	3	3	3	2	2	25
48	4	4	2	2	2	3	5	5	27
49	3	2	3	2	2	3	4	4	23
50	4	3	2	3	3	5	4	5	29
51	2	2	3	4	2	2	2	4	21
52	5	4	2	2	2	4	4	3	26
53	4	4	2	4	4	4	4	4	30
54	4	4	2	4	4	4	4	4	30
55	4	3	4	4	4	5	4	4	32
56	2	2	2	5	3	5	5	4	28
57	2	3	3	4	5	4	5	5	31
58	3	5	5	5	2	3	3	2	28
59	4	3	3	5	5	5	4	2	31
60	2	3	2	5	5	5	5	4	31
61	4	4	5	5	2	5	4	2	31
62	2	5	5	5	5	3	2	4	31
63	5	3	3	2	3	4	4	5	29
64	4	5	5	3	3	3	3	4	30
65	4	3	4	5	3	3	3	3	28
66	4	4	4	4	4	4	4	3	31
67	3	3	3	3	3	3	3	3	24
68	4	3	3	3	2	2	2	3	22
69	4	4	3	3	3	4	3	2	26
70	3	4	4	4	5	3	3	3	29

		Correlations						
		X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	X1-5	X1-6	TOTAL
X1-1	Pearson Correlation	1	1.000**	.356	.356	.327	.327	.676**
	Sig. (2-tailed)		.000	.192	.192	.234	.234	.006
	N	15	15	15	15	15	15	15
X1-2	Pearson Correlation	1.000**	1	.356	.356	.327	.327	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000		.192	.192	.234	.234	.006
	N	15	15	15	15	15	15	15
X1-3	Pearson Correlation	.356	.356	1	1.000**	.700**	.700**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.192	.192		.000	.004	.004	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15
X1-4	Pearson Correlation	.356	.356	1.000**	1	.700**	.700**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.192	.192	.000		.004	.004	
	N	15	15	15	15	15	15	15
X1-5	Pearson Correlation	.327	.327	.700**	.700**	1	1.000**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.234	.234	.004	.004		.000	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15
X1-6	Pearson Correlation	.327	.327	.700**	.700**	1.000**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.234	.234	.004	.004	.000		.000
	N	15	15	15	15	15	15	15
TOTAL	Pearson Correlation	.676**	.676**	.880**	.880**	.843**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.006	.000	.000	.000	.000	
	N	15	15	15	15	15	15	15

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5	X2-6	TOTAL
X2-1	Pearson Correlation	1	.397	.379	.710**	.487	.414	.792**
	Sig. (2-tailed)		.143	.163	.003	.066	.125	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15
X2-2	Pearson Correlation	.397	1	.257	.210	.586*	.372	.722**
	Sig. (2-tailed)	.143		.356	.453	.022	.172	.002
	N	15	15	15	15	15	15	15
X2-3	Pearson Correlation	.379	.257	1	.534*	.458	-.033	.598*
	Sig. (2-tailed)	.163	.356		.040	.086	.906	.018
	N	15	15	15	15	15	15	15
X2-4	Pearson Correlation	.710**	.210	.534*	1	.280	.287	.717**
	Sig. (2-tailed)	.003	.453	.040		.311	.300	.003
	N	15	15	15	15	15	15	15
X2-5	Pearson Correlation	.487	.586*	.458	.280	1	.332	.733**
	Sig. (2-tailed)	.066	.022	.086	.311		.226	.002
	N	15	15	15	15	15	15	15
X2-6	Pearson Correlation	.414	.372	-.033	.287	.332	1	.587*
	Sig. (2-tailed)	.125	.172	.906	.300	.226		.021
	N	15	15	15	15	15	15	15
TOTAL	Pearson Correlation	.792**	.722**	.598*	.717**	.733**	.587*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.018	.003	.002	.021	
	N	15	15	15	15	15	15	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

[illegible]

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations							
		Y1-1	Y1-2	Y1-3	Y1-4	Y1-5	Y1-6	Y1-7	TOTAL
Y1-1	Pearson Correlation	1	.472	.460	.521 [*]	.189	.347	.210	.684 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.075	.085	.046	.500	.205	.453	.005
	N	15	15	15	15	15	15	15	15
Y1-2	Pearson Correlation	.472	1	.112	.407	.554 [*]	-.066	.016	.593 [*]
	Sig. (2-tailed)	.075		.692	.132	.032	.816	.955	.020
	N	15	15	15	15	15	15	15	15
Y1-3	Pearson Correlation	.460	.112	1	.561 [*]	.236	.425	.567 [*]	.672 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.085	.692		.029	.398	.114	.027	.006
	N	15	15	15	15	15	15	15	15
Y1-4	Pearson Correlation	.521 [*]	.407	.561 [*]	1	.276	.475	.464	.820 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.046	.132	.029		.320	.074	.082	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15
Y1-5	Pearson Correlation	.189	.554 [*]	.236	.276	1	.153	.313	.97 [*]
	Sig. (2-tailed)	.500	.032	.398	.320		.586	.256	.019
	N	15	15	15	15	15	15	15	15
Y1-6	Pearson Correlation	.347	-.066	.425	.475	.153	1	.476	.598 [*]
	Sig. (2-tailed)	.205	.816	.114	.074	.586		.073	.019
	N	15	15	15	15	15	15	15	15
Y1-7	Pearson Correlation	.210	.016	.567 [*]	.464	.313	.476	1	.634 [*]
	Sig. (2-tailed)	.453	.955	.027	.082	.256	.073		.011
	N	15	15	15	15	15	15	15	15
TOTAL	Pearson Correlation	.684 ^{**}	.593 [*]	.672 ^{**}	.820 ^{**}	.597 [*]	.598 [*]	.634 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.020	.006	.000	.019	.019	.011	
	N	15	15	15	15	15	15	15	15

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.889	6

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.761	6

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.800	8

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.763	7

Descriptive Statistics

		Statistics			
		Kepribadian (x1)	Pengetahuan (X2)	Media Sosial (x3)	Minat Berwirausaha (Y)
N	Valid	70	70	70	70
	Missing	0	0	0	0
Mean		20.4429	19.4857	23.5714	20.0143
Median		20.0000	19.5000	25.0000	20.5000
Mode		25.00	23.00	25.00 ^a	23.00
Std. Deviation		4.59564	3.94066	4.90658	4.08068
Variance		21.120	15.529	24.075	16.652
Range		19.00	19.00	20.00	16.00
Minimum		11.00	8.00	11.00	11.00
Maximum		30.00	27.00	31.00	27.00
Sum		1431.00	1364.00	1650.00	1401.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.76695427
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

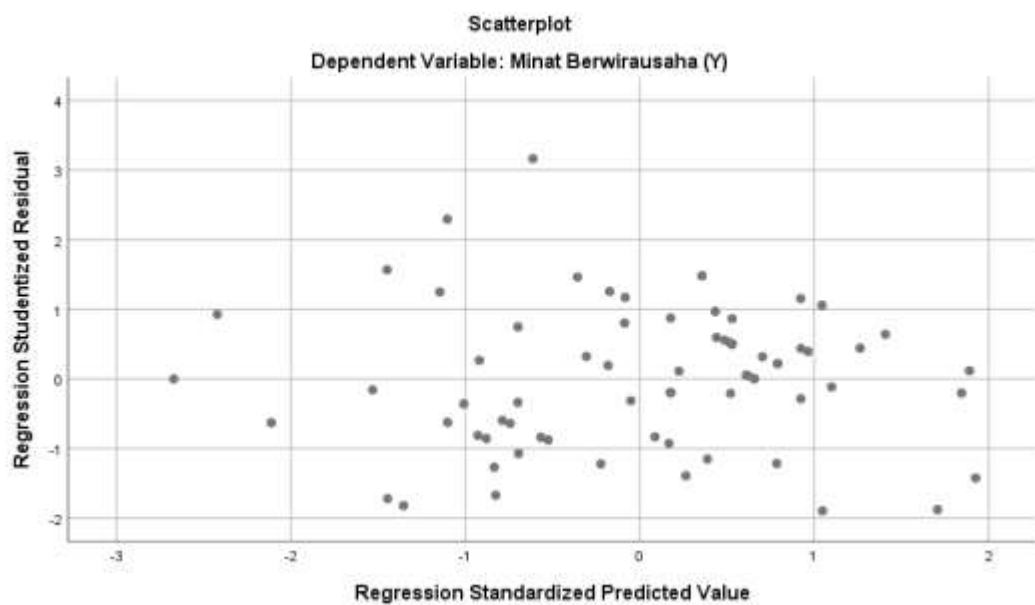
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Kepribadian (x1)	.454	2.202
	Pengetahuan (X2)	.857	1.167
	Media Sosial (x3)	.505	1.980

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.528	4.176		-1.803	.076
	Kepribadian (x1)	.263	.110	.296	2.389	.020
	Pengetahuan (X2)	.657	.093	.635	7.042	.000
	Media Sosial (x3)	.397	.098	.477	4.065	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.540	.519	2.82914

a. Predictors: (Constant), Media Sosial (x3), Pengetahuan (X2),
Kepribadian (x1)

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.528	4.176		-1.803	.076
	Kepribadian (x1)	.263	.110	.296	2.389	.020
	Pengetahuan (X2)	.657	.093	.635	7.042	.000
	Media Sosial (x3)	.397	.098	.477	4.065	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	620.719	3	206.906	25.850	.000 ^b
	Residual	528.266	66	8.004		
	Total	1148.986	69			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Media Sosial (x3), Pengetahuan (X2), Kepribadian (x1)

DOKUMENTASI







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faksimili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 3214 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/12/2024

20 Desember 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
Di Padangsidimpuan

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Fardhu Akmal Nasution
NIM : 2040200224
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha"**. Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuag 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 162/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/06/2025
Sifat : Biasa
Hal : Surat Keterangan Selesai Riset

23 Juni 2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Hj. Replita, M.Si
NIP : 196905261995032001
Pangkat/Gol.Ruang : Pembina Tk.I /IVb
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Fardhu Akmal Nasution
NIM : 2040200224
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar yang bersangkutan telah melakukan riset di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pada tanggal 20 Desember 2024 s.d 16 Juni 2025 dengan Judul "Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, dan Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha".

Demikian surat ini disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dra. Hj. Replita, M.Si
NIP. 196905261995032001

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihiteng Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 3176/Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2024

Desember 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth. Bapak/Ibu;

1. Dr. Sarmina Batubara, M.A

: Pembimbing I

2. Samsuddin Muhammad, M.Si

: Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Fardhu Akmal Nasution

NIM : 2040200224

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan, dan Media sosial Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha.**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.