

**ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL MOTIVASI DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA DAN LIFE SKILL MAHASISWA**



TESIS

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

MUHAMMAD SOFYAN

NIM. 22 502 00014

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL MOTIVASI DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA DAN LIFE SKILL MAHASISWA**



*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

MUHAMMAD SOFYAN

NIM. 22 502 00014

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL, MOTIVASI DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA DAN LIFE SKILL MAHASISWA**



TESIS

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Magister Ekonomi Syariah (M.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

MUHAMMAD SOFYAN

NIM. 22 502 00014

PEMBIMBING I

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 197900525 200641 1 004

PEMBIMBING II

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

Hal : Lampiran Tesis
A.n. Muhammad Sofyan

Padangsidimpun, 07 Oktober 2025

Kepada Yth:

Direktur Pascasarjana

UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Di-

Padangsidimpun

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap tesis **a.n. Muhammad Sofyan** yang berjudul **"Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha dan Life Skill Mahasiswa"** maka kami berpendapat bahwa tesis ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Magister Ekonomi (M.E) dalam bidang Ekonomi Syariah Pascasarjana Program Magister di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpun.

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

Demikianlah kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP.197900525 20641 1 004


Dr. Budi Gautama Siregar, M.M
NIP. 19790720 201101 1 005



SURAT PERNYATAAN MENYUSUN TESIS SENDIRI

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

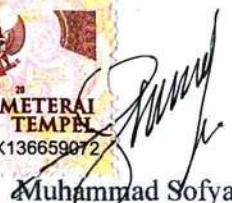
Nama : Muhammad Sofyan
NIM : 2250200014
Prodi : Ekonomi Syariah
JudulTesis : **Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha dan Life Skill Mahasiswa**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun tesis ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDART
PADANGSIDIMPUAN, Desember 2025
Saya yang Menyatakan,




Muhammad Sofyan
NIM. 2250200014

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

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

Nama : Muhammad Sofyan

NIM : 2250200014

Prodi : Ekonomi Syariah

Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha dan Life Skill Mahasiswa**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dibuat di: Padangsidimpuan

Pada tanggal : Desember 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Sofyan

NIM. 2250200014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733

Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH TESIS

Nama : Muhammad Sofyan
Nim : 2250200014
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat berwirausaha dan Life Skill Mahasiswa

NO.

NAMA

**TANDA
TANGAN**

1. Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
Ketua/ Penguji Utama

2. Dr. Rukiah, S.E., M.Si
Sekretaris/ Penguji Ekonomi Syariah

3. Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
Anggota/ Penguji Isi dan Bahasa

4. Dr. Rosnani Siregar, M.Ag
Anggota/ Penguji Umum

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah Tesis
di :

Padangsidimpuan
19 November

Tanggal : 2025

Pukul : 08.00 s/d Selesai

Hasil/Nilai : 83.5



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733

Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

www.pascastainpsp.pusku.com email: pascasarjanastainpsp@yahoo.co.id

PENGESAHAN

Nomor: 300/Un.28/AL/PP.00.9/12/2025

Judul Tesis : **Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha dan *Life Skill* Mahasiswa**

Ditulis Oleh : **Muhammad Sofyan**

Nomor Induk Mahasiswa : **2250200014**

**Telah Dapat Diterima Sebagai Salahsatu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister Ekonomi (M.E.)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah**

Padangsidimpuan, **22** Desember 2025

Direktur Pascasarjana

UN. SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidimpuan

UNIVERSITAS ISLAM SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL

NIP. 19680704 200003 1 003

ABSTRAK

NAMA : MUHAMMAD SOFYAN
NIM : 22 502 00014
**JUDUL : PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL,
MOTIVASI DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA DAN LIFE SKILL MAHASISWA**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dan life skill mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syaikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4. Sampel penelitian berjumlah 87 mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa life skill berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap life skill, serta memiliki pengaruh tidak langsung terhadap minat berwirausaha melalui life skill. Sementara itu, pemanfaatan media sosial terbukti memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat berwirausaha, tetapi tidak signifikan terhadap life skill. Di sisi lain, motivasi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap life skill maupun minat berwirausaha, baik secara langsung maupun tidak langsung. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan life skill dan pengetahuan kewirausahaan memiliki peran strategis dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan motivasi dan penggunaan media sosial memerlukan intervensi yang lebih terarah agar memberikan dampak yang maksimal. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pengembangan kurikulum kewirausahaan berbasis keterampilan hidup dan pemanfaatan media digital secara produktif.

Kata kunci: media sosial, motivasi, pengetahuan kewirausahaan, minat berwirausaha, life skill

ABSTRACT

NAME : MUAHAMMAD SOFYAN
NO. REG. : 22 50 200014
**TITLE : ANALYZING THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA
USE, MOTIVATION, AND ENTREPRENEURIAL
KNOWLEDGE ON STUDENTS'
ENTREPRENEURIAL INTENT AND LIFE SKILLS**

This study aims to analyze the influence of social media utilization, motivation, and entrepreneurial knowledge on students' entrepreneurial interest and life skills at the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Syaikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. A quantitative approach was employed using Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4 software. The sample consisted of 87 students who had completed entrepreneurship courses. The results show that life skills have a positive and significant effect on entrepreneurial interest. Entrepreneurial knowledge also has a positive and significant effect on life skills and indirectly influences entrepreneurial interest through life skills. Meanwhile, social media utilization directly and significantly affects entrepreneurial interest but does not significantly affect life skills. In contrast, motivation does not show a significant influence on either life skills or entrepreneurial interest, both directly and indirectly. These findings emphasize the strategic role of strengthening life skills and entrepreneurial knowledge in shaping students' entrepreneurial interest. On the other hand, motivation and social media usage require more targeted interventions to produce meaningful impacts. This research provides important implications for the development of entrepreneurship curricula based on life skills and the productive use of digital media.

Keywords: social media, motivation, entrepreneurial knowledge, entrepreneurial interest, life skills

المُلخَصُ

الاسم : محمد سفيان

الرقم القديم : ٢٢ ٥٠٢٠٠٠٢٥

العنوان : أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والدافعية، والمعرفة بريادة الأعمال على رغبة الطلبة في ريادة الأعمال ومهارات الحياة

يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والدافعية، والمعرفة بريادة الأعمال على رغبة الطلبة في ريادة الأعمال ومهارات الحياة لديهم، وذلك في كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية بجامعة الشيخ علي حسن أحمد العداري الإسلامية الحكومية في بادانغسيديمبوان. استخدم البحث المنهج الكمي من خلال تقنية نمذجة المعادلات الهيكلية باستخدام المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) عبر برنامج SmartPLS 4. وبلغ عدد عينة الدراسة 87 طالباً وطالبة ممن أكملوا مقرر ريادة الأعمال. أظهرت نتائج الدراسة أن مهارات الحياة تؤثر إيجابياً وبشكل معنوي على رغبة الطلبة في ريادة الأعمال. كما أن المعرفة بريادة الأعمال لها تأثير إيجابي ومعنوي على مهارات الحياة، وتؤثر بشكل غير مباشر على رغبة الطلبة في ريادة الأعمال من خلال مهارات الحياة. في حين أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أظهر تأثيراً مباشراً ومعنوياً على رغبة الطلبة في ريادة الأعمال، لكنه لم يؤثر بشكل معنوي على مهارات الحياة. أما الدافعية، فلم يكن لها تأثير معنوي مباشر أو غير مباشر سواء على مهارات الحياة أو على الرغبة في ريادة الأعمال. تؤكد هذه النتائج على الدور الاستراتيجي لتعزيز مهارات الحياة والمعرفة الريادية في تشكيل رغبة الطلبة في ممارسة الأعمال الحرة. كما تشير إلى ضرورة توجيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والدافعية بشكل أكثر فعالية لتحقيق نتائج ملموسة. وتوصي الدراسة بدمج تنمية المهارات الحياتية في المناهج التعليمية لريادة الأعمال وتشجيع الاستخدام المنتج للتقنيات الرقمية.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، الدافعية، المعرفة بريادة الأعمال، الرغبة في ريادة الأعمال، مهارات الحياة

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia pertolongan-Nya, sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan dengan judul “Determinan Niat Membeli Ulang Kosmetik Halal Melalui Media Sosial Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi pada Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sosok teladan umat dalam segala perilaku keseharian yang berorientasi kemuliaan hidup di dunia dan akhirat.

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan beserta wakilnya.
2. Bapak Prof. Dr. Ibrahim Siregar, MCL., selaku Direktur Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan beserta wakilnya.
3. Ibu Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Prof. Dr. Muhammad Darwis Harahap, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang selalu member motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan yang ikhlas kepada peneliti.
5. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., dan Bapak Dr. Budi Gautama, M.M. selaku pembimbing I dan pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan tesis ini.

6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Bapak serta Ibu dosen Pascasarjana Program Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Bahri dan Ibunda tercinta Asmaida Lubis serta isteri tercinta, Melli Sihombing, S.E yang telah mendampingi dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material. Dan terima kasih juga kepada anak tersayang saya Muhammad Ihsan Mubarak.
9. Ucapan terima kasih kepada abang dan kakak rekan-rekan seperjuangan angkatan 2022 pada program studi ekonomi syariah Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan baik moral dan moril.
10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan tesis ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Harapan peneliti semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. *Amin yarabbal alamin*. Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan tesis ini dan

semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah serssta perlindungan kepada kita semua. *Amin Ya Rabbal Alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Padangsidimpun, November 2025

Muhammad Sofyan
NIM. 22 502 000 14



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam penelitian ini menggunakan pedoman transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987. Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab 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 di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	šad	š	s (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	Ya

B. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ُ	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, translit erasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	fathah danya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, translit erasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى.....	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di bawah
و.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua, Yaitu:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, translit erasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

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

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem 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.

E. Kata Sandang

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

1. 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.
2. 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.

F. 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.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *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.

H. Huruf Kapital

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

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

I. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan

Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

COVER DEPAN	
COVER DALAM	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI	
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المُلَخَّصُ	iii
KATA PENGANTAR	iv
TRANSILITERASI	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Batasan Masalah	14
D. Defenisi Operasional Variabel	15
E. Rumusan Masalah	17
F. Tujuan Penelitian	19
G. Kegunaan Penelitian	20
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	22
1. Social Cognitive Theory– Albert Bandura (<i>Grand Theory</i>)	22
a. Konsep Teori Kognitif	22
b. Prinsip Teori Kognitif Sosial	24
c. Proses Teori Kognitif Sosial	25
2. Social Behavior Theory (<i>Middle Theory</i>)	28
a. Pengertian Perilaku Sosial	28
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Sosial	28
3. Minat Berwirausaha	30
a. .Pengertian Minat Berwirausaha	30
b. .Karakteristik dan Watak Minat Berwirausaha	31
c. .Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha	32
d. .Indikator Minat Berwirausaha	33
e. .Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Berwirausaha	34

4. Motivasi	35
a. Pengertian Motivasi	35
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi	36
c. Indikator Motivasi	37
d. Proses Motivasi	39
e. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha	39
5. Pengetahuan Kewirausahaan	40
a. Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan	40
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan Kewirausahaan	42
c. Indikator Pengetahuan Kewirausahaan	43
d. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Pengetahuan Kewirausahaan	44
e. Pengaruh pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha	46
6. Sosial Media	47
a. Pengertian sosial media	47
b. Indikator Pemanfaatan media sosial	48
c. Manfaat dalam peranan Media sosial	50
d. Jenis-jenis media sosial	53
e. Pandangan islam terhadap media sosial	55
7. Life skill	60
a. Pengertian Life skill	60
b. Dasar Pemikiran Life Skill	61
c. Proses Pengembangan Life Skill	61
B. Penelitian Terdahulu	62
C. Kerangka Pikir	78
D. Hipotesis	79
 Bab III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	81
B. Jenis Penelitian	81
C. Populasi Dan Sample	82
1. Populasi	82
2. Sample	82
D. Instrumen Pengumpulan Data	84
E. Uji Validitas dan Reabilitas	85
1. Uji Validitas	85
2. Uji Reabilitas	86
F. Teknik Analisis Data	86
1. Analisis Model Luar (<i>Outer Models</i>)	87
2. Analisis Antar Variabel (<i>Inner Models</i>)	88
a. Analisis Statistik Deskriptif	89
b. Analisis Jalur	89
G. Pengujian hipotesis	90
H. Sistematika Pembahasan	91

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	92
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	92
2. Deskripsi Hasil Penelitian	92
B. Pengujian Persyaratan Analisis dan Pengujian Hipotesis	93
1. Analisis Inferensial	93
2. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	95
a. <i>Convergent Validity</i>	95
b. <i>Discriminant Validity</i>	97
c. <i>Construct Reliability</i>	103
d. Uji Mode Fit	104
3. Hasil Uji <i>Inner Model</i>	106
a. R-Square (R^2)	106
b. Signifikansi (Pengujian Hipotesis)	107
1) Pengaruh Life Skill Terhadap Minat Berwirausaha	108
2) Pengaruh Media Sosial terhadap Life Skill	108
3) Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha	108
4) Pengaruh Motivasi Terhadap Life Skill	109
5) Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha	109
6) Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Life Skill	109
7) Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha	110
c. Hasil <i>bootsrapping</i> efek tidak langsung (<i>indirect effect</i>)	110
d. <i>Effect Size</i> (f^2)	113

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	116
B. Implikasi Penelitian	117
1. Implikasi Teoritis	117
2. Implikasi Praktis	117
C. Keterbatasan Penelitian	118
D. Saran	118
1. Saran Praktis	118
2. Saran Akademis	118

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

TABEL I.1	Definisi Operasional Variabel.....	15
TABEL II.I	Penelitian Terdahulu	71
TABEL III.I	Data Mahasiswa Aktif Angkatan Tahun 2021-2022	82
TABEL III.2	Skala Likert	84
TABEL III.3	Kisi-Kisi Angket Minat Berwirausaha.....	84
TABEL III.4	Kisi-Kisi Pemanfaatan Sosial Media	84
TABEL III.5	Kisi-Kisi Angket Motivasi	84
TABEL III.6	Kisi-Kisi Angket Pengetahuan kewirausahaan	85
TABEL III.7	Kisi-Kisi Angket Life skill.....	85
TABEL III.8	Kriteria Outer Model.....	87
TABEL III.9	Kriteria Inner Model	88
TABEL III.10	Kriteria Pengujian Hipotesis	90
TABEL IV.1	Program Studi	93
TABEL IV.2	Semester.....	93
TABEL IV.3	Hasil Outer <i>Loading Uji Convergent Validity</i>	95
TABEL IV.4	Kolom Hasil AVE Uji <i>Convergent Validity</i>	96
TABEL IV. 5	Hasil Cross <i>Loading Uji Discriminant Validity</i> tahap 1.....	97
TABEL IV. 6	Hasil Cross <i>Loading Uji Discriminant Validity</i> tahap 2.....	99
TABEL IV.7	Nilai <i>Latent variable correlation</i> , AVE dan akar kuadrat AVE	101
TABEL IV.8	Uji <i>Fornell-Larcker</i>	102
TABEL IV.9	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	103
TABEL IV.10	<i>Composite Reliability</i>	104
TABEL IV.11	Hasil Uji <i>Mode Fit</i>	104
TABEL IV.12	Hasil uji R-square	106
TABEL IV.13	Hasil <i>Path Coefficient bootstrapping direct effect</i>	107
TABEL IV.14	Hasil <i>Path Coefficient bootsrtapping (indirect effect)</i>	110
TABEL IV.15	Hasil Uji <i>Effect Size (f²)</i>	113

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR II.1	Determinisme Resiprokal	24
GAMBAR II.2	Kerangka Pikir	78
GAMBAR IV.1	Model Laten Variabel Penelitian	94
GAMBAR IV.2	Output Model PLS SEM Algoritm	97
GAMBAR IV.3	Output Model PLS SEM Algoritm	99



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Minat berwirausaha merupakan sikap dalam berperilaku seseorang untuk berwirausaha dengan kemauan keras, percaya diri, jujur, tanggungjawab, disiplin, sabar dan kreatif.¹ 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.² Berwirausaha secara etimologi berasal dari kata wira pejuang, pahlawan, gagah berani dan berwatak agung. Usaha adalah perbuatan amal, bekerja dan berbuat sesuatu. Kemudian di berimbuhan ber yang mempunyai arti melakukan kegiatan, mengalami peristiwa serta perbuatan atau proses yang berkali-kali.³ Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan seseorang yang gagah berani dan berwatak agung dalam melakukan kegiatan usaha serta perbuatan atau proses yang berkali-kali dalam berwirausaha.

Minat berwirausaha kecenderungan dan kegairahan seseorang dalam melakukan pekerjaan usaha yang dilakukannya dengan segala yang kemampuan yang dimilikinya.⁴ Wirausahawan telah menjadi perhatian penting dalam perkembangan perekonomian suatu negara. Pentingnya peranan wirausahawan dalam kegiatan ekonomi suatu negara, dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. pengusaha merupakan golongan yang akan terus menerus membuat pembaharuan atau inovasi dalam kegiatan ekonomi.⁵ Inovasi tersebut meliputi memperkenalkan barang-barang baru, mempertinggi efisiensi dalam memproduksi suatu barang, memperluas pasar suatu barang ke pasaran yang baru,

¹ B.H Purnomo, *Membangun Semangat Kewirausahaan* (Yogyakarta: Laksbang pressindo, 2005).

² Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).

³ Frista artamanda W, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Jombang: Lintas Media, 2016).

⁴ Abdul rahman saleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: kencana, 2014).

⁵ Zakiyah Darojah, M. Didanul Quro'i, and Dita Kartika Dewi, "Peran Kewirausahaan Dalam Pertumbuhan Ekonomi Islam Di Indonesia," *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8, no. 2 (2018): 218–53, <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.2.70-105>.

mengembangkan sumber bahan mentah yang baru, dan mengadakan perubahan dalam organisasi.

Peranan wirausahawan sangat dibutuhkan oleh suatu negara karena ikut pula menentukan keberhasilan pembangunannasional. Adapun peranan wirausahawandi dalam suatu negara adalah meningkatkan kegiatan ekonomi suatu negara, memajukan ekonomi bangsa dan negara, meningkatkan taraf hidup masyarakat, ikut mengurangi ataumengatasi pengangguran, ikut mengatasi ketegangan sosial, meningkatkan perdagangan domestik dalam negeri maupun perdagangan internasional, ikut meningkatkan devisa negara, meningkatkan pengelolaan sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya modal.⁶

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah wirausaha di Indonesia pada pertengahan tahun 2023 mencapai lebih dari 56 juta orang dan ditahun 2024 mencapai 56.56 juta orang. Jumlah ini setara dengan 3,47% dari total populasi Indonesia. Rincian jumlah wirausaha di Indonesia tahun 2023 Mayoritas wirausaha Indonesia adalah lansia, yaitu berusia di atas 60 tahun. Mayoritas wirausaha Indonesia adalah lulusan SD, yaitu sekitar 30,52% dari total pelaku wirausaha nasional. Sekitar 52 juta orang di antaranya merupakan wirausaha pemula. Sekitar 4,5 juta orang tergolong wirausaha mapan. Jika dibandingkan rasio wirausaha Indonesia dengan negara lain rasio kewirausahaan Indonesia masih di bawah negara tetangga yakni Singapura (8,76%) dan Malaysia (4,7%). Untuk menjadi negara maju minimal mencapai 4 persen rasio kewirausahaan.⁷

⁶ Rachidi Nezha, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas Xi Smk Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman," 2014, 1–203.

⁷ Badan Pusat Statistik, "Data Wirausaha Tahun 2023/2024," jawapos.com, 2025, <https://www.jawapos.com/bisnis/015264674/data-bps-sebut-hanya-ada-61-juta-entrepreneur-muda-di-indonesia-prudential-gelar-nextgen-fest#:~:text=JawaPos.com - Badan Pusat Statistik,persen dari total penduduk Indonesia.>

Dalam hal ini, tidak dipungkiri bahwa kehadiran dan peranan wirausaha akan memberikan pengaruh terhadap kemajuan perekonomian dan perbaikan pada keadaan ekonomi di Indonesia, dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan pemerataan pendapatan, memanfaatkan dan memobilisasi sumberdaya untuk meningkatkan produktivitas nasional, serta meningkatkan kesejahteraan pemerintahan. Dengan demikian meningkatnya perkembangan kewirausahaan dapat meningkatkan perekonomian di Indonesia.⁸

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.⁹

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam dunia bisnis dan kewirausahaan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memasarkan produk, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan memperkenalkan usaha kepada pasar yang lebih luas. Di kalangan mahasiswa, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun

⁸ Buchari alma, *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa Dan Umum* (bandung: alfabeta, 2009).

⁹ Mulawarman Mulawarman and Aldila Dyas Nurfitri, “Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan,” *Buletin Psikologi* 25, no. 1 (2017): 36–44, <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>.

jaringan, mengembangkan brand, dan mempromosikan usaha dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode pemasaran tradisional.¹⁰

Pemanfaatan media sosial dalam kewirausahaan dapat membuka berbagai peluang bagi mahasiswa untuk mengembangkan usaha mereka. Media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Dengan menggunakan media sosial secara efektif, mahasiswa dapat menjangkau pasar yang lebih besar dan bahkan mengembangkan bisnis mereka ke tingkat yang lebih profesional. Namun, pemanfaatan media sosial yang optimal membutuhkan pengetahuan yang memadai tentang cara-cara memanfaatkan platform ini untuk tujuan bisnis, serta keterampilan dalam membuat konten yang menarik dan relevan dengan pasar yang dituju.¹¹

Apriadi ritonga, mahasiswa ekonomi syariah tahun 2021 menyampaikan dia lebih banyak menggunakan media sosial untuk hiburan dan mengikuti teman-teman. Kadang dia melihat video tentang bisnis di YouTube atau Instagram, tapi tidak terlalu mendalami. Saya lebih suka mengikuti akun yang menghibur atau yang memberikan informasi terkait perkembangan teknologi.¹²

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya juga yang menunjukkan keterkaitan pemanfaatan media sosial terhadap minat berusaha, sebagaimana yang dilakukan oleh Muhammad Hasym Alfaruk¹³, Siti Aisyah dkk¹⁴, Tio Prasetio dkk¹⁵, Bambang

¹⁰ Noneng Sumiati, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kewirausahaan Pada Generasi Millennial," *Jurnal Sosial Dan Politik* 24 (2019): 109.

¹¹ Arum Wahyuni Purbohastut, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi" 12, no. 2 (2017): 215.

¹² Apriadi ritonga, Wawancara, February 4, 2025.

¹³ Muhammad Hasym Alfaruk, "Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo," *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2017): 164, <https://doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172>.

¹⁴ Siti Aisyah dkk, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim," *Journal on Education* 5, no. 4 (2023): 11740–57, <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131>.

Satrionugroho dkk¹⁶ bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Andriyani, seorang mahasiswa ekonomi syariah angkatan tahun 2021 menyatakan bahwa dirinya sering menggunakan media social untuk membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari melalui market place seperti baju, sepatu hingga tas. Sehingga setelah mempelajari alur penjualan melalui media social sekarang dia telah berjualan sendiri dan memulai usaha sendiri melalui media sosial. Lain hal dengan Emi kurnia, seorang mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2021 yang menyatakan bahwa dirinya memang sering menggunakan media sosial sehari-hari, bahkan sering juga membeli barang-barang kebutuhan kuliah melalui media sosial tetapi saat ini beliau belum memiliki minat untuk berwirausaha dikarenakan lebih memfokuskan diri untuk menyelesaikan perkuliahnya. Hawatirnya beliau dengan berwirausaha dapat mempengaruhi proses perkuliahnya.¹⁷

Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang yang diperoleh melalui teori-teori di bangku pendidikan yang berkaitan dengan kewirausahaan maupun bertukar pengalaman dari semua wirausahawan.¹⁸ Pengetahuan kewirausahaan mendukung nilai-nilai wirausaha terutama bagi mahasiswa, sehingga diharapkan menumbuhkan jiwa usaha untuk berwirausaha. Sikap mandiri, motivasi dan pengetahuan kewirausahaan sangat dibutuhkan bagi mahasiswa yang berwirausaha agar mampu mengidentifikasi peluang usaha, kemudian mendayagunakan peluang usaha untuk menciptakan peluang kerja baru.

¹⁵ Tio Prasetyo and Reni Hariyani, "Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa," *Jurnal IKRA ITH Ekonomika* 3, no. 3 (2020): 94–101.

¹⁶ Bambang Satrionugroho and Sri Tomo, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi," *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIKoSIN)* 8, no. 2 (2020): 35–39, <https://doi.org/10.30646/tikomsin.v8i2.516>.

¹⁷ Andriyani, Wawancara, February 2, 2024.

¹⁸ Hasniati Hasniati and Syahrudin Syahrudin, "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha," *Jurnal Ilmiah Ecosystem* 22, no. 3 (2022): 541–50, <https://doi.org/10.35965/eco.v22i3.2014>.

Minat mahasiswa dan pengetahuan mereka tentang kewirausahaan diharapkan akan membentuk kecenderungan mereka untuk membuka usaha baru di masa mendatang. Satu-satunya perjuangan atau cara untuk mewujudkan manusia yang mempunyai moral, sikap, dan keterampilan wirausaha adalah dengan pendidikan. Pendidikan membuat wawasan individu menjadi lebih percaya diri, bisa memilih, dan mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan kreativitas dan inovasi,¹⁹

Pengetahuan tentang kewirausahaan memainkan peran penting dalam membentuk nilai-nilai kewirausahaan, khususnya di kalangan mahasiswa, dengan harapan dapat menumbuhkan semangat untuk berwirausaha. Mahasiswa yang berwirausaha memerlukan sikap mandiri, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan yang memadai agar dapat mengenali dan memanfaatkan peluang usaha, serta menciptakan lapangan kerja baru. Diharapkan minat dan pemahaman mahasiswa mengenai kewirausahaan akan mendorong mereka untuk memulai usaha baru di masa depan. Pendidikan menjadi satu-satunya jalan untuk menciptakan individu yang memiliki moral, sikap, dan keterampilan kewirausahaan.²⁰ Melalui pendidikan, individu dapat memperluas wawasan, meningkatkan rasa percaya diri, serta kemampuan dalam pengambilan keputusan yang tepat, sekaligus mendorong kreativitas dan inovasi.

Penumbuhan minat wirausaha tidak dapat dilakukan serta merata tanpa adanya pendidikan dan pelatihan yang dapat menggerakkan jiwa kewirausahaan seseorang. Apabila seseorang yang mempunyai pendidikan rendah, maka dia tidak mempunyai keberanian mengambil risiko. Hal ini dapat menghambat perkembangan aktualisasi dirinya.²¹ Pengetahuan kewirausahaan mendukung nilai-nilai wirausaha terutama bagi mahasiswa, sehingga diharapkan menumbuhkan jiwa usaha untuk berwirausaha. Sikap

¹⁹ W Soewanto, *Pendidikan Wiraswasta*, ed. Bumi Aksara (Jakarta: Bumi Aksara, 2002).

²⁰ Rachmat Kriyantono, *Manajemen Periklanan : Teori Dan Praktek* (Malang: Uin Malang Press, 2007).

²¹ G.G Meredith, *Kewirausahaan*, ed. Pustaka Binaman Pressindo (BANDUNG: Pustaka Binaman Pressindo, 1996).

mandiri, motivasi dan pengetahuan kewirausahaan sangat dibutuhkan bagi mahasiswa yang berwirausaha agar mampu mengidentifikasi peluang usaha, kemudian mendayagunakan peluang usaha untuk menciptakan peluang kerja baru.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya juga yang menunjukkan keterkaitan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berusaha, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Dudung Abdullah²², Adi Purwanto²³, Josia Sanchaya Hendrawan dkk²⁴ bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Mawarni Ritonga, mahasiswa Manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2022 mengatakan bahwa selama beliau memperoleh matakuliah kewirausahaan memberikan pengetahuan baru untuk beliau tentang kewirausahaan sehingga dia memiliki rencana untuk membuka usaha Akrilik. Dengan pengetahuan yang ia peroleh tentang kewirausahaan menurut beliau usaha akrilik merupakan usaha yang dapat dilakukan saat ini, disamping melaksanakan perkuliahan beliau meyakini tidak akan menghambat proses belajarnya.²⁵

Motivasi berwirausaha adalah salah satu pendorong utama yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk terjun ke dunia usaha. Motivasi ini dapat berasal dari dalam diri individu itu sendiri (motivasi intrinsik) ataupun dari faktor luar seperti dorongan dari keluarga, teman, atau lingkungan sosial (motivasi ekstrinsik). Motivasi berwirausaha yang kuat akan membuat seseorang lebih berani mengambil risiko, mencari peluang, dan bertahan meskipun menghadapi berbagai tantangan dalam dunia usaha.²⁶

²² Hasniati and Syahrudin, "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha."

²³ F. X. Adi Purwanto, "Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha," *Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhan* 6, no. 2 (2016): 104–27.

²⁴ Josia Sanchahaya Hendrawan dkk, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha," *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 02, no. 03 (2017): 291–314, <https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e318240fa84>.

²⁵ Mawarni Ritonga, wawancara, February 2, 2024.

²⁶ Sudaryono dkk, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011).

Rahmad Alamsyah, mahasiswa manajemen bisnis syariah tahun 2021 menyatakan motivasinya memang ada, tetapi rasa takut gagal lebih besar. Selain itu, dia merasa pengetahuannya terbatas dan belum siap untuk menghadapi tantangan dalam berbisnis. Ia tahu banyak orang muda yang sukses berwirausaha lewat media sosial, tetapi dia juga melihat banyak orang yang gagal, itu membuat dia ragu untuk mulai.²⁷

Menurut Candra Wijayangka, dkk mendefinisikan bahwa motivasi adalah suatu dorongan yang dapat menumbuhkan rasa ingin bekerja dan sadar bahwa adanya ketergantungan wirausaha dengan diri sendiri.²⁸ Seseorang yang memiliki motivasi pada umumnya akan cenderung bertahan serta mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk menahan persaingan negatif yang terjadi ketika berwirausaha.²⁹ Maka dapat disimpulkan motivasi merupakan suatu dorongan dari dalam diri seseorang maupun dari luar diri seseorang yang akan membangun karakter berani melakukan suatu berwirausaha.

Bagi mahasiswa, motivasi berwirausaha sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keinginan untuk menjadi mandiri secara finansial, mewujudkan ide-ide kreatif, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat melalui bisnis yang mereka jalankan. Selain itu, adanya contoh sukses dari wirausahawan muda yang sudah berhasil juga dapat memotivasi mahasiswa untuk mengikuti jejak mereka. Namun, motivasi saja sering kali tidak cukup untuk mengatasi tantangan yang ada dalam berwirausaha. Pengetahuan tentang kewirausahaan dan keterampilan yang memadai tetap diperlukan

²⁷ Rahmad Alamsyah, Wawancara, February 5, 2025. Sudaryono dkk, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011).

²⁷ Rahmad Alamsyah, Wawancara, February 5, 2025.

²⁸ Candra wijayangka dkk, "Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom," *Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology* 8, no. 10 (2018): 1.

²⁹ Venny Adhita Octaviani, "Pengaruh Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang* 17, no. 2 (2020): 14–23, <https://doi.org/10.51826/fokus.v17i2.358>.

agar mahasiswa dapat mewujudkan ide bisnis mereka menjadi usaha yang nyata dan berkelanjutan.³⁰

Wirausaha yang memiliki motivasi berafiliasi tinggi lebih menyukai persahabatan, bekerja sama daripada persaingan, dan saling pengertian. Menurut Mukrodi dkk motivasi merupakan kecenderungan yang kuat untuk bertindak dalam suatu arah bergantung pada kekuatan harapan yang akan dihasilkan dari tindakannya dan ketertarikan lain yang dihasilkan bagi seseorang. Ada dua faktor dasar motivasi yang menentukan keberhasilan kerja, yaitu faktor orang yang merasa puas dan faktor yang membuat orang tidak merasa puas.³¹

Azhar zulfi nasution dan Lukman Hakim Nasution, merupakan mahasiswa perbankan syariah tahun 2022 mereka mengatakan bahwa pernah mengikuti sebuah seminar tentang kewirausahaan di kampus Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Saat itu salah satu narasumber memberikan materi tentang semangat muda dalam berbisnis. Diacara seminar itu mereka banyak sekali diberikan motivasi untuk memulai usaha diusia muda. Azhar zulfi nasution dan Lukman Hakim Nasution salah satunya saat itu peserta yang memberanikan diri untuk bercerita tentang motivasinya dimasa mendatang untuk membuka sebuah usaha, dari motivasi yang disampaikan narasumber beliau lebih terdorong minatnya untuk berwirausaha.³²

Lain hal seperti yang disampaikan Faisal renaldi mahasiswa akutansi tahun 2022 mengatakan bahwa dia lebih tertarik mengejar karirnya di dunia kerja. Beliau ingin menjadi seorang professional dibidang akutansi yang sudah dia cita-citakan sejak dibangku sekolah menengah atas. Sehingga ia memfokuskan diri mengasah kemampuan dibidangnya, disisi lain ia meyakini bahwa seorang wirausaha bukan fasionnya dan dia

³⁰ Tanto Gatot Sumarsono dan Supardi, *Kewirausahaan: Teori Dan Praktik*, ed. Tim MNC Publishing, 1st ed. (Malang: Media Nusa Creative, 2019).

³¹ Mukrodi dkk, "Membangun Jiwa Usaha Melalui Pelatihan Kewirausahaan," *PKM Manajemen Bisnis* 1 (2021): 15, <https://doi.org/10.37481>.

³² Azhar zulfi nasution dan Lukman Hakim Nasution, Wawancara, February 3, 2024.

belum memiliki mental yang baik untuk menjadi seorang wirausaha sehingga beliau belum termotivasi untuk berminat berwirausaha.³³ Tentunya hal ini berseberangan dengan penelitian yang dilakukan Hasniati and Syahrudin yang berjudul: Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha menyimpulkan bahwasanya motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Motivasi merupakan suatu proses yang mendorong diri seseorang untuk melakukan sesuatu yang menyebabkan seseorang tersebut dapat meraih apa yang diinginkannya.³⁴

Pengertian Life Skill telah dikemukakan oleh beberapa ahli. Muhaimin berpendapat bahwa Life Skill adalah kecakapan yang dimiliki seseorang untuk mau hidup dan berani menghadapi problema hidup dan kehidupan secara wajar tanpa merasa tertekan, kemudian secara proaktif dan kreatif mencari serta menemukan solusi sehingga akhirnya mampu mengatasinya.³⁵ Anwar berpendapat bahwa Life Skill adalah kemampuan yang diperlukan untuk berinteraksi dan beradaptasi dengan orang lain atau masyarakat lingkungan dimana ia berada, antara lain keterampilan dalam mengambil keputusan, pemecahan masalah, berpikir kritis, berpikir kreatif, berkomunikasi yang efektif, membina hubungan antar pribadi, kesadaran diri, berempati, mengatasi emosi dan mengatasi stress yang merupakan bagian dari pendidikan.³⁶

Life skill atau keterampilan hidup adalah sekumpulan keterampilan yang dibutuhkan individu untuk beradaptasi dengan tantangan hidup sehari-hari, serta menjalani kehidupan secara efektif.³⁷ Dalam konteks kewirausahaan, life skill mencakup keterampilan sosial, kemampuan untuk berkomunikasi dengan orang lain, kemampuan

³³ Faizal rinaldi, Wawancara, February 4, 2024.

³⁴ Hasniati and Syahrudin, "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha."

³⁵ Muhaimin, *Arah Baru Pengembangan Pendidikan Islam : Pemberdayaan, Pengembangan Kurikulum Hingga Redefinisi Islamisasi Pengetahuan* (bandung: Nuansa, 2003).

³⁶ Anwar, *Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skill Education)*, cetakan 5 (bandung: alfabeta, 2015).

³⁷ Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi Dan Motivasi : Dasar Peningkatan Produktivitas* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016).

untuk mengelola emosi, kemampuan mengambil keputusan, serta keterampilan dalam memecahkan masalah dan berpikir kritis. Mahasiswa yang memiliki keterampilan hidup yang baik cenderung lebih siap untuk menghadapi berbagai tantangan yang muncul dalam dunia usaha, seperti kesulitan dalam mengelola waktu, mengatur keuangan, serta berhadapan dengan risiko dan ketidakpastian yang ada dalam bisnis.

Sebagai variabel intervening, life skill berfungsi untuk memperkuat atau memoderasi hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, seperti pemanfaatan media sosial, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan. Life skill yang baik akan membantu mahasiswa dalam mengaplikasikan pengetahuan kewirausahaan yang mereka miliki, memanfaatkan media sosial dengan lebih efisien, dan menjaga motivasi mereka tetap tinggi meskipun menghadapi berbagai rintangan dalam perjalanan berwirausaha. Dalam hal ini, life skill tidak hanya berfungsi sebagai keterampilan pendukung, tetapi juga sebagai faktor yang dapat memperkuat minat berwirausaha mahasiswa.

Keterbaruan dalam penelitian ini adalah banyak penelitian telah membahas pengaruh media sosial, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Namun, sebagian besar penelitian mungkin tidak mempertimbangkan life skill sebagai faktor intervening yang dapat memediasi hubungan antara faktor-faktor tersebut dan minat berwirausaha. Selain itu, sebagian besar penelitian mungkin berfokus pada mahasiswa secara umum, tanpa memperhatikan Fakultas atau Program studi tertentu, seperti di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang memiliki konteks khusus terkait dengan pengajaran kewirausahaan dalam perspektif Islam. Konteks ini berhubungan dengan nilai-nilai kewirausahaan yang dipengaruhi oleh aspek religiusitas, budaya lokal, dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Research *gap* pada penjelasan di atas, peneliti mengidentifikasi tiga kesenjangan dalam penelitian ini. Pertama, berdasarkan hasil penelitian sebelumnya ada kesenjangan empiris dalam penelitian yang tidak konsisten. Ketidak konsistenan hasil penelitian tersebut menjadi celah (*gap*) untuk dilakukan penelitian selanjutnya dengan mengantarkan solusi variabel life skill, karena dapat meningkatkan pengaruh minat berwirausaha. Selain itu, penelitian ini fokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam karena pada penelitian sebelumnya lebih fokus meneliti kepada mahasiswa secara umum dalam satu universitas.

Kedua kesenjangan teoritis, peneliti mengidentifikasi kesenjangan teoritis yang jelas dalam penelitian. Teori sebelumnya cenderung berfokus pada pengaruh langsung tanpa melibatkan adanya variabel yang dapat memperkuat pengaruhnya dengan melihat pengaruh tidak langsung variabel terhadap minat berwirausaha. Seperti yang dilakukan oleh Dudung Abdullah³⁸, Muhammad Hasym Alfaruk³⁹, Bambang Satrionugroho dkk⁴⁰ Adi Purwanto⁴¹. Maka, penelitian ini akan memecahkan masalah tersebut dengan melihat hasil intervening effect dan mengaitkannya pada pandangan Islam.

Terakhir, kesenjangan dan permasalahan dalam metodologi pada minat berwirausaha. Adanya indikasi bahwa metode yang digunakan sebelumnya dianggap kurang tepat karena menyelesaikan masalah secara sederhana, sehingga tidak dapat menjawab hal-hal kompleks dalam meningkatkan minat berwirausaha. Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk membangun penyelidikan baru menggunakan pendekatan analisis jalur (*path analysis*).

³⁸ Hasniati and Syahrudin, "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha"

³⁹ Alfaruk, "Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo."

⁴⁰ Satrionugroho and Tomo, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi."

⁴¹ Purwanto, "Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha."

Untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, dengan life skill sebagai variabel intervening. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dalam membentuk minat berwirausaha, serta bagaimana life skill dapat memoderasi hubungan tersebut.

Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pengembangan program kewirausahaan di perguruan tinggi, serta membantu mahasiswa dalam mengembangkan potensi kewirausahaan mereka melalui pemanfaatan media sosial dan penguasaan keterampilan hidup yang baik. Oleh sebab itu, peneliti memilih ketertarikan untuk meneliti “Pengaruh Pemanfaatan Media Social, Motivasi Belajar Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Syaikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan”.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam upaya meningkatkan minat dan keterampilan kewirausahaan di kalangan mahasiswa, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti memperoleh hasil identifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial tidak selalu menjamin meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Syahada Padangsidimpuan.

2. Motivasi tidak selalu menjamin meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Syahada Padangsidimpuan.
3. Pengetahuan kewirausahaan tidak selalu menjamin meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Syahada Padangsidimpuan.
4. Peneliti mengidentifikasi kesenjangan teoritis yang jelas dalam penelitian sebelumnya cenderung fokus pada hubungan langsung tanpa melibatkan variabel yang dapat mempengaruhi hubungan terhadap minat berwirausaha.
5. Peneliti mengidentifikasi kesenjangan bukti penelitian yang jelas dalam penelitian sebelumnya tentang minat berwirausaha. Kontradiksi temuan belum mengaitkannya pada pandangan Islam.
6. Peneliti mengidentifikasi kesenjangan dan permasalahan dalam metodologi pada meningkatkan minat berwirausaha. Adanya indikasi bahwa metode sebelumnya dianggap kurang tepat mendesain penelitian hanya menyelesaikan masalah secara sederhana sehingga tidak dapat menjawab hal-hal kompleks dalam meningkatkan minat berwirausaha.

C. Batasan Masalah

Sebagai pembatasan ruang lingkup masalah yang akan diteliti. Batasan masalah ini penting agar penelitian dapat terarah, fokus, dan menghasilkan data yang tepat makayang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Peneliti fokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uiversitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan angkatan tahun 2021-2022 yang telah menempuh matakuliah kewirausahaan.
2. Metode yang digunakan yaitu *Partial Least Structural Equation Model* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SMART-PLS 4.0.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang menjelaskan secara rinci dan jelas mengenai variabel yang akan diteliti. Definisi ini ditetapkan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi dan menarik kesimpulan Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami maksud dari penelitian ini, maka peneliti memberikan definisi sebagai berikut:

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel

NO	Variabel	Devenisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Pemanfaatan sosial media (X ₁)	Media sosial adalah sebuah media online yang memungkinkan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan suatu karya. ⁴² Pemanfaatan sosial media yang diteliti adalah alat komunikasi yang digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uiversitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan untuk melaksanakan interaksi dan menjalin komunikasi dalam mempengaruhi minat berwirausaha.	1. Partisipasi 2. Keterbukaan 3. Percakapan 4. Saling Terhubung ⁴³	Ordinal
2.	Motivasi (X ₂)	Motivasi adalah suatu proses menggiatkan motif-motif menjadi perbuatan atau tingkah laku untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan, atau keadaan dan kesiapan dalam diri individu yang mendorong tingkah lakunya untuk berbuat sesuatu dalam mencapai tujuan tertentu. ⁴⁴ Motivasi yang	1. Pekerja keras. 2. Tidak pernah menyerah. 3. Memiliki semangat. 4. Memiliki komitmen yangtinggi. ⁴⁵	Ordinal

⁴² Sulianta Feri Dominikus, Juju, *Hita Putih Facebook*, ed. PT Elex Media Komputindo (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010).

⁴³ Mulawarman and Nurfitri, "Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan."

⁴⁴ Badruddin, *Dasar-Dasar Manajemen*, ed. Alfabeta (Bandung: alfabeta, 2014).

		dimaksud yaitu motivasi yang berasal dari internal seperti keinginan/semangat berusaha ataupun yang bersal dari eksternal seperti dorongan orang tua ataupun lingkungan sekitar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uiversitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan		
3.	Pengetahuan Kewirausahaan (X ₃)	Pengetahuan kewirausahaan merupakan suatu ilmu, seni maupun perilaku, sifat kepribadian, watak, dan pengalaman yang akan mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif. ⁴⁶ Pengetahuan kewirausahaan yang dimaksud yaitu keseluruhan yang diketahui oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uiversitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan tentang segala bentuk informasi berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian dalam berwirausaha.	1. Pendidikan 2. Pengetahuan peran dan tanggung jawab. 3. Pengetahuan tentang Kepribadian. 4. Pengetahuan manajemen. ⁴⁷	Ordinal
4.	Minat Berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha merupakan minat dalam diri seseorang untuk berwirausaha atau ketertarikan seseorang untuk menciptakan suatu usaha. ⁴⁸ Minat bisa berupa rasa keingintahuan seseorang untuk dapat mempelajari, mengagumi, dan memiliki sesuatu yang ada pada diri mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uiversitas Syeikh Ali Hasan Ahmad	1. Kreatif. 2. Pekerja keras. 3. Bersedia menanggung resiko. ⁴⁹	Ordinal

⁴⁵ Khartib bayu Yuyus Suryana, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, ed. Kencana (Jakarta: kencana, 2010).

⁴⁶ Muhammad Yunus, *Islam Dan Kewirausahaan Inovatif*, ed. Agus Sakti (Malang: Uin-Malang, 2008).

⁴⁷ Muhammad Yunus.

⁴⁸ Ari Fadiati dan Dedi Purnawa, *Menjadi Wirausaha Sukses*, ed. Dedi Mulyana (bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011).

⁴⁹ Yuyus Suryana, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*.

		Addary Padangsidimpuan		
5.	<i>Life skill (Z)</i>	Life skill kemampuan yang diperlukan untuk berinteraksi dan beradaptasi dengan orang lain atau masyarakat lingkungan dimana ia berada, antara lain keterampilan dalam mengambil keputusan, pemecahan masalah, berpikir kritis, berpikir kreatif, berkomunikasi yang efektif, membina hubungan antar pribadi, kesadaran diri, berempati, mengatasi emosi dan mengatasi stress yang merupakan bagian dari pendidikan. ⁵⁰ Dengan <i>life skill</i> diharapkan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan memiliki berbagai keterampilan atau kemampuan untuk dapat beradaptasi dan berperilaku positif, yang memungkinkan mampu menghadapi berbagai tuntutan dan tantangan dalam hidupnya sehari-hari secara efektif.	1. Keterampilan / keampuan Beradaptasi 2. Berperilaku positif 3. Kecakapan. ⁵¹	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan bagian penting dalam penelitian karena menjadi dasar untuk menentukan arah penelitian dan data yang akan dikumpulkan, oleh karena itu peneliti memperoleh rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap *life skill* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan?

⁵⁰ Muhaimin, *Arah Baru Pengembangan Pendidikan Islam*, cet. 1 (bandung: Nuansa, 2003).

⁵¹ Anwar, *Pendidikan Kecakapan Hidup*, Cetakan ke (bandung: alfabeta, 2015).

2. Apakah terdapat pengaruh motivasi belajar terhadap *life skill* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan?
3. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap *life skill* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan?
4. Apakah terdapat pengaruh *life skill* terhadap minat berwirausaha mahasiswa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan ?
5. Apakah terdapat pengaruh pemanfaatan media social terhadap minat berwirausaha mahasiswa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan?
6. Apakah terdapat pengaruh motivasi belajar terhadap minat berwirausaha mahasiswa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan?
7. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan?
8. Apakah terdapat pengaruh pemanfaatan media social terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan melalui *life skill* ?
9. Apakah terdapat pengaruh motivasi belajar terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan melalui *life skill*?
10. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha

mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan melalui *life skill* ?

F. Tujuan Penelitian

Untuk mengidentifikasi atau menggambarkan suatu konsep atau untuk menjelaskan atau memprediksi suatu situasi atau solusi untuk suatu situasi yang mengindikasikan jenis studi yang akan dilakukan maka peneliti memperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan media social terhadap terhadap *life skill* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
2. Untuk menganalisis pengaruh motivasi belajar terhadap terhadap *life skill* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
3. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap terhadap *life skill* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Untuk menganalisis pengaruh *life skill*.terhadap terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
5. Untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan media social terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
6. Untuk menganalisis pengaruh motivasi belajar terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

7. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
8. Untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan media social terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan melalui *life skill*.
9. Untuk menganalisis pengaruh motivasi belajar terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan melalui *life skill*.
10. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan melalui *life skill*.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan berguna dimasa yang akan datang. Serta sebagai tugas dan syarat-syarat dalam menyelesaikan perkuliahan untuk mencapai gelar magister ekonomi dalam bidang ilmu ekonomi syariah di UIN Syahada Padangsidempuan.

2. Bagi Mahasiswa

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu, agar dapat mengembangkan kewirausahaannya sebagai mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis Islam melalui dorongan motivasi dan pengetahuan kewirausahaan. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam menciptakan minat berwirausaha.

3. Bagi Pihak Kampus

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak kampus Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addari Padangsidimpuan sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta memperkaya khazanah ilmu pengetahuan tanpa mengurangi kebenaran dan manfaat dari ilmu tersebut.

4. Bagi Peneliti Lainnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan referensi dan dasar peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama dengan memberikan sesuatu yang baru pada penelitian ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Social Cognitive Theory– Albert Bandura (*Grand Theory*)

a) Konsep Teori Kognitif

Sosial Teori kognitif sosial atau social cognitive theory merupakan salah satu teori pembelajaran sosial yang dicetuskan oleh Albert Bandura. Istilah baru "Teori Kognitif Sosial" digunakan dari tahun 1970-an hingga 1980-an. Gagasan utama pemikiran Bandura ini merupakan hasil sumbangsih atau hasil pengembangan dari gagasan Miller dan Dollard tentang pembelajaran imitasi atau tiruan.⁵²

Teori sosial kognitif atau sering disebut dengan pembelajaran observasional, melihat perilaku seseorang muncul tidak hanya sebagai refleks otomatis dari suatu stimulus yang diberikan, tetapi juga sebagai hasil reaksi yang dihasilkan dari interaksi lingkungan dengan skema kognitif seseorang.⁵³ Dalam teori kognitif sosial ini, terdapat stimulus dan respon sehingga dapat dikatakan bahwa teori ini termasuk dalam jenis teori belajar behavioristik.⁵⁴

Senada dengan hal itu, Bandura mengatakan bahwa perilaku manusia adalah bagian dari teori kognitif sosial yang menitikberatkan pada pembelajaran manusia yang terjadi akibat dari pengaruh dari lingkungan sosial. Melalui hasil pengamatan kepada orang lain, manusia mampu mendapatkan keyakinan-keyakinan, pengetahuan, sikap-sikap dan keterampilan. Hal ini berarti bahwa manusia melakukan kegiatan belajar

⁵² Nurul Huda, "PENERAPAN MODELLING TEORI ALBERT BANDURA PADA MATA PELAJARAN FIKIH DI MI UMMUL QUR'AN," *Al-Madrasah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah* 6, no. 4 (2022): 1188–1203, <https://doi.org/10.35931/am.v6i4>.

⁵³ Husamah dkk, *Belajar Dan Pembelajaran* (Malang: Universitas Muhamadiyah Malang, 2018).

⁵⁴ Firdaus Firdaus, "Implementasi Teori Kognitif Sosial Bandura Sebagai Upaya Pengembangan Fungsi Dan Peran Sekolah" 8, no. 1 (2022): 37–51.

dengan cara meniru model atau contoh dalam bertindak. Kemudian manusia tersebut melakukan tindakan tersebut berdasarkan keyakinan, kemampuan dan keinginan yang diharapkan terwujud.⁵⁵

Teori belajar kognitif sosial memiliki prinsip yaitu memberikan penekanan pada kemampuan seseorang dalam mengamati realitas sosial kemudian dikombinasikan dengan kemampuan berpikir yang dimiliki. Kepribadian, perilaku dan pemikiran seseorang dapat dibentuk dan dikembangkan melalui proses pengamatan terhadap role model atau subjek tiruan. Proses peniruan ini dapat tersimpan dalam long term memory karena terjadi sangat kompleks sehingga melibatkan representasi simbolik. Pada dasarnya, seseorang dapat memanajemen sistem pembelajarannya sendiri baik dalam mengatur lingkungan belajar, menciptakan dukungan kognitif yang dimiliki serta membuat konsekuensi dari setiap perbuatannya. Dalam belajar peniruan, seseorang dapat berpikir serta mempengaruhi tingkah lakunya sendiri setelah mendapatkan stimulus dari objek yang diamati.⁵⁶

Maka, dapat disimpulkan bahwa teori kognitif sosial merupakan teori pembelajaran sosial yang terdiri dari stimulus dan respon yang ditimbulkan dari adanya proses pengamatan terhadap role model dan lingkungan sosial sehingga seseorang dapat menentukan tingkah laku yang akan dilakukan. Hasil dari proses pengamatan ini dapat tersimpan dalam bentuk memori jangka panjang. Jika seseorang menghadapi kondisi yang sama, maka seseorang tersebut cenderung melakukan apa yang pernah dilakukan.

⁵⁵ Dale H Schunk, *Learning Theories An Educational Perspective*, ed. Paul Smith, edisi ke 6 (Boston: Pearson Education, 2012).

⁵⁶ Albert Bandura, "Teori Kepribadian Social Cognitive : Kajian Pemikiran Albert Bandura Personality Theory Social Cognitive :." 5, No. 1 (2016): 37–46.

b) Prinsip Teori Kognitif Sosial

Prinsip dari teori kognitif sosial atau dinamakan dengan determinisme reiprokal terdiri dari tiga aspek yang saling berhubungan antara satu dengan yang lain. Hubungan tersebut saling memberikan timbal balik. Adapun penjelasan dari masingmasing prinsip tersebut dapat diamati pada gambar berikut ini.⁵⁷

Gambar II.1 Determinisme Resiprokal



1) Faktor Personal (Self-Regulated Learning)

Faktor personal merupakan faktor yang beranggapan bahwa seseorang dapat mengatur dirinya secara mandiri (self regulation) sesuai dengan potensi yang dimiliki. Faktor ini dapat berupa kepribadian, pembawaan, dan temperamen. Esensialnya faktor ini mampu membuat seseorang berperilaku sesuai dengan lingkungan yang diatur sendiri, adanya dukungan pengetahuan dan konsekuensi dari perilakunya tersebut.

2) Faktor Lingkungan (*Environment*)

Faktor lingkungan merupakan kondisi tempat yang digunakan oleh seseorang dalam bertindak. Lingkungan ini dapat berupa lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan masyarakat dan lain sebagainya. Seseorang akan melakukan penyesuaian diri terhadap lingkungannya

⁵⁷ Calvin s lindzey dkk, *Teori-Teori Sifat Dan Behavioristik Calvin S. Hall & Gardner Lindzey ; Editor A. Supratiknya* (Yogyakarta: canisius, 1995).

sebagai respon akibat stimulus lingkungan yang diberikan. Maka, kemampuan seseorang dalam beradaptasi dengan lingkungan sangat dibutuhkan untuk bisa menghadapi setiap permasalahan yang terjadi.

3) Faktor Perilaku (*Behavior*)

Faktor perilaku yang dimaksud yaitu perilaku role model yang ditiru oleh seseorang setelah adanya proses pengamatan. Perilaku role model akan membentuk perilaku seseorang berdasarkan kondisi dan tujuan yang diharapkan. Sehingga faktor ini beranggapan bahwa hasil belajar yang diperoleh oleh individu bukan hanya pada ranah kognitif saja, lebih dari itu pada ranah afektif bahkan psikomotoriknya.

Dari pemaparan tentang prinsip dari teori belajar kognitif sosial di atas, setiap faktor memberikan pengaruh terhadap faktor yang lainnya. Faktor personal dapat membuat seseorang mampu mengatur lingkungan dan menentukan perilakunya. Faktor lingkungan dapat membentuk kepribadian dan perilaku seseorang dalam kondisi tertentu. Sedangkan faktor perilaku (role model) dapat dijadikan sebagai objek tiruan atau contoh dalam mengatur diri seseorang sesuai dengan kondisi lingkungannya.

c) Proses Teori Kognitif Sosial

Proses belajar seseorang melalui pengamatan terhadap model tidak terjadi begitu saja, melainkan terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui. Bandura telah membagi empat tahapan proses pembelajaran observasi. Tahapan-tahapan tersebut akan dijelaskan di bawah ini.⁵⁸

⁵⁸ Molly Zhou et al., *Educational Learning Theories : 2nd Edition Educational Learning Theories* (Spring, 2015).

1) Tahap Perhatian (*Attention*)

Pada tahap ini, seseorang mengamati dan memahami perilaku model yang diamati secara selektif. Kemudian melakukan pertimbangan terhadap aspek kompleksitas, aksesibilitas, kesesuaian, dan daya guna. Hal-hal yang dapat mempengaruhi tahap ini meliputi prasangka, kemampuan kognitif dan prioritas nilai. Cara yang dapat dilakukan pada tahap ini yaitu perhatian harus dicurahkan kepada model sebelum mengimitasi perilakunya. Asosiasi pengamat dengan modelnya, karakteristik model dan makna perilaku juga dapat mempengaruhi perhatian seseorang terhadap model tersebut.

2) Tahap Retensi (*Retention*)

Pada tahap ini, seseorang melakukan penguatan ingatannya dengan menganalisis setiap konsekuensi atau resiko yang dihasilkan dari perilaku model. Hasil analisis tersebut disimbolisasi dalam pikiran seseorang sehingga dapat diakses kapanpun dan di mana pun untuk membentuk sebuah perilaku. Adapun cara yang dilakukan pada tahap ini yaitu mensimbolisasikan perilaku model dalam bentuk representasi imajinasi, gambar, dan verbal. Hasil dari simbolisasi ini dapat membantu seseorang dalam melakukan evaluasi perilaku model untuk menentukan perilakunya sendiri yang akan dilakukan.

3) Tahap Produksi (*Production*)

Pada tahap ini, seseorang memproduksi ingatan atau memori tentang perilaku model dalam bentuk simbol menjadi respon berupa perilaku baru. Agar penguatan representasi simbol berjalan dengan baik, maka umpan balik harus diberikan kepada seseorang tersebut. Adapun

pertanyaan-pertanyaan yang dapat digunakan untuk memproduksi dan mengevaluasi ingatan dapat berupa “Perilaku apa yang dilakukan?”, “Bagaimana cara melakukannya?”, “Apakah perilaku tersebut benar?”. Kegiatan evaluasi dari pembelajaran observasi adalah bukan dinilai dari kemiripan respon yang diberikan dengan model, melainkan efikasi dari pembelajaran dan tujuan pembelajaran itu sendiri.

4) Motivasi (*Motivation*)

Pada tahap ini, seseorang akan cenderung melakukan perilaku yang relatif sama jika mendapatkan konsekuensi atau dampak yang positif yang diakibatkan oleh perilaku tersebut. Dalam arti lain, perilaku yang dapat menimbulkan konsekuensi positif akan secara konsisten dilakukan oleh seseorang. Hal ini menjadi motivasi seseorang dalam melakukan sesuai dengan modelnya. Pembelajaran dengan observasi menjadi efektif ketika pembelajar memiliki motivasi yang baik untuk melakukan perilaku model tersebut.

Pengamatan dapat membantu seseorang untuk mengontrol perilaku tertentu. Namun, jika tidak ada penghargaan untuk melakukannya, proses ini tidak terjadi dan perilaku tersebut tidak dihukum. Peniruan tetap terjadi bahkan ketika model tidak diberi penghargaan, selama pengamat melihat model tersebut sebagai tanda karakteristik positif yang menunjukkan gaya hidup yang sukses, sehingga sering diasumsikan bahwa model tersebut diberi penghargaan.⁵⁹

Dengan demikian, proses belajar melalui pengamatan atau pembelajaran observasi diawali dengan seseorang mengamati dan

⁵⁹ Abudin Nata, *Filsafat Pendidikan Islam*, cetakan 1 (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997).

memahami perilaku model secara selektif. Kemudian, seseorang menguatkan retensi atau ingatannya terhadap perilaku tersebut. Setelah itu, seseorang memproduksi ingatan tersebut menjadi perilaku baru yang nantinya dapat dijadikan sebagai motivasi dalam melakukan perilaku tersebut jika memberikan dampak yang positif kepada dirinya.

2. Social Behavior Theory (*Middle Theory*)

a) Pengertian Perilaku sosial

Perilaku sosial merupakan perilaku yang alami atau natural dan timbul secara spontan dalam interaksi.⁶⁰ Sementara itu, Skinner sebagai Bapak Perilaku Sosial (Behaviorisme) menyatakan bahwa perilaku sosial adalah perilaku yang dapat diamati dan determinan dari lingkungannya.⁶¹

Dari beberapa pengertian yang disampaikan oleh ahli di atas dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku sosial merupakan suatu hubungan timbal balik antara dua individu atau lebih akibat adanya stimulus atau pengaruh dari lingkungan untuk bertindak laku sesuai dengan harapan lingkungan, di mana melibatkan faktor kognisi untuk menentukan individu tersebut menerima atau menolak pengaruh dari lingkungannya. Perilaku sosial anak dapat dilihat dalam bentuk kerjasama, menghormati/menghargai, jujur dalam situasi, maupun pertentangan.

b) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Sosial

Baron dan Byrne dalam Didin Budiman berpendapat bahwa ada empat kategori utama yang dapat membentuk perilaku sosial seseorang, yaitu :⁶²

1) Perilaku dan karakteristik orang lain jika seseorang lebih sering bergaul

⁶⁰ Bimo Walgito, *Teori-Teori Sosial*, cetakan 1 (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011).

⁶¹ Dale H Schunk, *Learning Theories An Educational Perspective*. (Boston: Pearson Education, 2012)

⁶² Vita May Lestari, "Efektivitas Konseling Kognitif-Behavioral Untuk Meningkatkan Perilaku Sosial Siswa Di Sekolah Menengah Atas Negeri 12 Pekanbaru," *Intitutional Repository* 53, no. 9 (2017): 1689–99.

dengan orang-orang yang memiliki karakter santun, ada kemungkinan besar ia akan berperilaku seperti kebanyakan orang-orang berkarakter santun dalam lingkungan pergaulannya. Sebaliknya, jika ia bergaul dengan orang-orang berkarakter sombong, maka ia akan terpengaruh oleh perilaku seperti itu. Pada aspek ini guru memegang peranan penting sebagai sosok yang akan dapat mempengaruhi pembentukan perilaku social siswa, karena ia akan member pengaruh yang cukup besar dalam mengarahkan siswa untuk melakukan sesuatu perubahan.

- 2) Proses kognitif Ingatan dan pikiran yang memuat ide-ide, keyakinan dan pertimbangan yang menjadi dasar kesadaran social seseorang akan berpengaruh terhadap perilaku sosialnya.
- 3) Faktor lingkungan Lingkungan alam terkadang dapat mempengaruhi perilaku social seseorang. Misalnya orang yang berasal dari daerah pantai atau pegunungan yang terbiasa berkata keras, maka perilaku sosialnya seolah keras pula ketika berada di lingkungan masyarakat yang terbiasa lembut dan halus dalam bertutur kata.
- 4) Latar budaya sebagai tempat perilaku dan pemikiran social itu terjadi. Misalnya, seseorang yang berasal dari etnis budaya tertentu mungkin akan terasa berperilaku sosial aneh ketika berada dalam lingkungan masyarakat yang beretnis budaya lain atau berbeda. Dalam konteks pembelajaran pendidikan jasmani yang terpenting adalah untuk saling menghargai perbedaan yang dimiliki oleh setiap anak.

3. Minat Berwirausaha (*Apply Theory*)

a) Pengertian Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha terdiri dari dua kata yaitu minat dan berwirausaha. Minat merupakan kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu atau rasa ingin tahu.⁶³ Menurut Joseph yang dikutip oleh Buchari wirausaha merupakan orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Wirausaha merupakan orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut.⁶⁴

Pendapat yang dikemukakan oleh Yanto yang dikutip oleh Suryana bahwa minat wirausaha adalah pemusatan perhatian dalam menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri.⁶⁵ Menurut Wiliam Widjaya Minat berwirausaha merupakan suatu keinginan seseorang untuk berprofesi sebagai wirausahaan atas kemauannya sendiri dan bukan atas paksaan atau kehendak orang lain.⁶⁶ Minat berwirausaha dapat tumbuh dengan melihat seseorang yang sukses dalam berwirausaha sehingga muncul ketertarikan terhadap diri sendiri untuk melakukan suatu usaha.⁶⁷

Maka dapat disimpulkan minat berwirausaha merupakan kecenderungan hati didalam diri subyek untuk tertarik menciptakan sesuatu

⁶³ Kompri, *Belajar Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Yogyakarta: Media Akademi, 2017).

⁶⁴ Buchari alma, *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa Dan Umum* (bandung: alfabeta, 2009).

⁶⁵ Isye Fera Alifia dan Jajok Dwiridotjahjono, "Probability Sampling," 10, no. 2 (2019): 139–54.

⁶⁶ William Widjaja, "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sma Xyz Di Jakarta Barat," *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 2 (2019): 37, <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1819>.

⁶⁷ Jailani & Sudarma, "Pengaruh Kewirausahaan, Motivasi Belajar, Sosial Ekonomi OrangTua Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa," *Journal of Economic Education* 6, no. 1 (2017): 52–59.

usaha yang kemudian mengorganisir mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang di ciptakan nya sendiri.

b) Karakteristik dan Watak Minat Berwirausaha⁶⁸

1) Percaya Diri dan Optimis

Kepercayaan diri merupakan suatu panduan atau sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan. Sikap kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan akan dirinya bahwa dia yakin akan kemampuan nya. Kepercayaan diri dapat mempengaruhi sikap mental didalam diri seseorang, orang yang memiliki kepercayaan diri akan memiliki kemampuan untuk mengelola usaha nya sendiri.

2) Berorientasi pada Tugas dan Hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan yang kuat, dan berinisiatif. Didalam wirausaha tugas dan hasil dapat membangun suatu karakter yang menumbuhkan kepercayaan diri seseorang.

3) Keberanian Mengambil Resiko

Kemauan dan kemampuan untuk mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Kewirausahaan yang tidak berani mengambil resiko akan kesulitan memulai atau berinisiatif. Oleh sebab itu apabila seseorang mengambil resiko rendah akan memperoleh sukses yang relative rendah dan sebaliknya apabila seseorang mengambil resiko yang tinggi maka akan memperoleh sukses yang relatif tinggi.

⁶⁸ suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2010).

4) Kepemimpinan

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan keteladanan. Serta kemampuan mempengaruhi kelompok kearah pencapaian tujuan.⁶⁹

5) Berorientasi Ke Masa Depan

Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan kemasa depan. Karena apabila seseorang memiliki pandangan ke masa depan, maka seorang itu akan berusaha, giat, berkarya dan pantang menyerah untuk mencapai kesuksesan.

6) Keorisinalan: Kreativitas dan Inovasi

Nilai inovatif, kreatif dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinalan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif serta yakin dengan adanya sesuatu yang baru yang akan lebih baik dari sebelumnya.

c) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

1) Minat

Suatu rasa lebih suka dan rasa ingin tahu pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat merupakan faktor perangsang yang kuat untuk melakukan aktivitas yang timbul dikarenakan perasaan senang, bakat, cita-cita dan perhatian.

2) Motivasi

Motivasi merupakan suatu keinginan yang terdapat pada seorang individu yang merangsang untuk melakukan suatu tindakan. Motivasi

⁶⁹ Sudarwan Danim dan Suparno, *Manajemen Dan Kepemimpinan Transformasional Kekepalasekolahan : Visi Dan Strategi Sukses Era Teknologi, Situasi, Krisis, Dan Internasional Pendidikan.*, cetakan 1 (Jakarta: Rineka Cipta, 2009).

berwirausaha juga menjadi suatu pendorong meningkatnya minat mahasiswa dalam berwirausaha. Tingkat keberhasilan berwirausaha tergantung seberapa besar motivasi yang ada di dalam diri mahasiswa tersebut.

3) Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dari penginderaan terhadap objek untuk dipelajari sehingga menghasilkan tahu pada diri seseorang. Pengetahuan kewirausahaan mendukung nilai-nilai wirausaha terutama bagi mahasiswa, sehingga diharapkan menumbuhkan jiwa usaha.

4) Bakat

Bakat merupakan kemampuan dasar seseorang yang dimulai sejak lahir.⁷⁰ Bakat ialah suatu kemampuan bawaan yang ada pada setiap individu, mengacu dari hal tersebut sudah barang tentu untuk menunjang terwujudnya terealisasinya bakat menjadi hal yang urgen. Bakat (*aptitude*) mengandung makna bahwa kemampuan bawaan merupakan potensi (*potential ability*) yang masih perlu adanya pengembangan dan latihan yang lebih lanjut. Karena sifatnya yang masih potensial atau masih laten, maka bakat merupakan potensi yang masih memerlukan ikhtisar pengembangan dan pelatihan secara serius dan sistematis agar dapat terwujud.⁷¹

d) Indikator Minat Berwirausaha

1) Kreatif

Kreatif merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru untuk memandang masalah serta peluang.

⁷⁰ Muhammad Yunus, *Islam Dan Kewirausahaan Inovatif* (Malang: Uin-Malang, 2008).

⁷¹ Muhammad Ali, *Psikologi Remaja*, cetakan 4 (bandung: Bumi Aksara, 2017).

Berfikir kreatif berhubungan dengan tindakan mengimpresi sebuah masalah yang secara mendalam dalam pikiran. Adapun aspek penting dalam kreatif adalah pembangkitan ide.

2) Pekerja Keras

Kerja keras merupakan modal dasar untuk keberhasilan seseorang. Sikap kerja keras harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Karena, bekerja keras yaitu suatu aktivitas agar manusia bisa memenuhi kebutuhan hidupnya.

3) Bersedia Menanggung Resiko

Seorang wirausaha harus berani menghadapi resiko, karena semakin besar resiko ditanggung maka semakin besar pula terbukanya pintu kesuksesan. Berani menanggung resiko yang telah diperhitungkan sebelumnya merupakan kunci awal dalam dunia usaha, karena hasil yang akan dicapai akan proporsional terhadap resiko yang akan diambil.⁷²

e) Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Berwirausaha

Islam sebagai suatu agama yang besar didunia jelas memiliki pandangan Islam, seorang muslim atau pemeluk agama Islam sangat dianjurkan untuk melakukan upaya mencari rezeki atau penghasilan. Dalam Al-Quran urah Al-Juma'ah (62):10 Allah berfirman:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَنِيرًا لَّعَلَّكُمْ

تُفْلِحُونَ

⁷² Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses* (Jakarta: kencana, 2010).

*“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”*⁷³

Berdasarkan ayat diatas, jelas menunjukkan bahwa Allah memerintahkan bagi umat manusia untuk berusaha atau melakukan upaya yang sungguh-sungguh dengan menyerukan manusia untuk bertebaran di bumi guna mencari karunia Allah yang telah dilimpahkannya di bumi ini. Dengan kata apabila telah ditunaikan sholat maka jika kamu mau, bertebaranlah di muka bumi untuk tujuan apapun yang dibenarkan Allah dan carilah dengan bersungguh-sungguh sebagian dari karunia Allah karena karunia Allah sangat banyak dan tidak mungkin kamu dapat mengambil seluruhnya, dan ingatlah Allah banyak-banyak jangan sampai kesungguhan kamu mencari karunianya itu melengahkan kamu. Berzikirlah kamu dari saat ke saat dan disetiap tempat dengan hati atau bersama lidah kamu supaya kamu beruntung memperoleh apa yang kamu dambakan.⁷⁴

4. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Motivasi merupakan kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual. Menurut para ahli Manajemen yang dikutip oleh Sentot Iman Motivasi merupakan serangkaian upaya untuk mempengaruhi tingkah laku orang lain dengan mengetahui terlebih dahulu tentang apa yang membuat seseorang bergerak.⁷⁵

⁷³ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemah Bahasa Banjar* (Kudus: Menara Kudus, 2017).

⁷⁴ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002).

⁷⁵ Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).

Menurut Candra Wijayangka, dkk mendefenisikan bahwa motivasi adalah suatu dorongan yang dapat menumbuhkan rasa ingin bekerja dan sadar bahwa adanya ketergantungan wirausaha dengan diri sendiri.⁷⁶ Seseorang yang memiliki motivasi pada umumnya akan cenderung bertahan serta mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk menahan persaingan negatif yang terjadi ketika berwirausaha.⁷⁷ Maka dapat disimpulkan motivasi merupakan suatu dorongan dari dalam diri seseorang maupun dari luar diri seseorang yang akan membangun karakter berani melakukan suatu berwirausaha.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi

1) Faktor Internal

I. Kematangan Pribadi

Orang yang bersifat egois dan kemandirian biasanya akan kurang peka dalam menerima motivasi yang diberikan sehingga agak sulit untuk dapat bekerja sama dalam membuat motivasi kerja. Oleh sebab itu kebiasaan yang dibawanya sejak kecil, nilai yang dianut dan sikap bawaan seseorang sangat mempengaruhi motivasinya.

II. Tingkat Pendidikan

Seorang pegawai yang mempunyai tingkat pendidikan yang lebih tinggi biasanya akan lebih termotivasi karena sudah mempunyai wawasan yang lebih luas dibandingkan dengan karyawan yang lebih rendah tingkat pendidikannya.

⁷⁶ Candra wijayangka dkk, "Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom," *Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology* 8, no. 10 (2018): 1.

⁷⁷ Venny Adhita Octaviani, "Pengaruh Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang* 17, no. 2 (2020): 14–23, <https://doi.org/10.51826/fokus.v17i2.358>.

III. Kebutuhan

Kebutuhan biasanya berbanding seajar dengan motivasi, semakin besar kebutuhan seseorang untuk dipenuhi, maka semakin besar pula motivasi seseorang tersebut untuk bekerja keras.

2) Faktor Eksternal

I. Kondisi Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja adalah keseluruhan sarana dan prasarana kerja yang ada. Disekitar karyawan yang sedang melakukan pekerjaan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan itu sendiri.

II. Kompensasi Yang Memadai

Kompensasi memadai merupakan alat motivasi yang paling ampuh bagi perusahaan untuk memberikan dorongan kepada para karyawan untuk bekerja secara baik.

III. Supervise yang baik

Pekerjaan yang dilakukan oleh seorang supervisor dalam memberikan inspirasi, semangat, dan dorongan kepada orang lain (pegawai) untuk mengambil tindakan-tindakan. Pemberian dorongan ini dimaksudkan untuk mengingatkan orang-orang atau pegawai agar mereka bersemangat dan dapat mencapai hasil sebagaimana dikehendaki dari orang tersebut.

c. Indikator Motivasi

1) Pekerja Keras

Kerja keras merupakan modal dasar untuk keberhasilan seseorang. *Entrepreneur* sejati tidak pernah lepas dari kerja keras nya, pada saat tidur pun otaknya bekerja dan berfikir atas bisnisnya tersebut.

2) Tidak Pernah Menyerah

Seseorang wirausaha itu jangan pernah loyo, pasrah menyerah tak mau berjuang. Seorang wirausaha itu harus semangat, mau berjuang untuk suatu kesuksesan. Belajar kegagalan itu sangat penting dalam membangun karakter untuk bangkit lagi karena dengan adanya kegagalan pasti akan ada kesuksesan.

3) Memiliki Semangat

Seorang wirausaha harus memiliki semangat dalam menjalankan suatu usaha, agar usaha yang ditekuni selama ini memberikan hasil yang maksimal. Jiwa wirausaha ini sangat tepat untuk dimasukkan dalam suasana persaingan bisnis, karena dalam persaingan bisnis masing-masing pembisnis beradu untuk saling mengungguli produk-produk yang telah ada

4) Memiliki Komitmen

Komitmen merupakan sebagai kekuatan yang bersifat relatif dari individu dalam mengidentifikasikan keterlibatan dirinya. Komitmen dalam berwirausaha merupakan suatu hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan dalam menjalankan suatu usaha dan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Bagaimana seorang wirausaha dapat memiliki komitmen yang tinggi dan bagaimana komitmen itu bisa diterapkan dalam menjalankan sebuah usaha. Komitmen dalam wirusaha bukan hanya kita menjual sebuah ide atau produk saja melainkan juga terkait dengan memanfaatkan waktu dengan baik, menepati janji dan berkomitmen dengan mutu produk yang kita jual, serta komitmen dengan segala sesuatu dalam menjalankan bisnis.

d. Proses Motivasi

1) Kebutuhan

Umumnya kebutuhan manusia tidak mungkin dapat dipenuhi seluruhnya dan dalam keadaan demikian maka manusia harus membuat skala prioritas guna menggunakan kebutuhan yang harus dicapai terlebih dahulu dan setelah untuk dicapai berikutnya. Kebutuhan manusia akan semakin meningkat apabila kebutuhan sebelumnya sudah terpenuhi.

2) Dorongan

Dorongan seringkali disebut juga dengan motif. Motif dan dorongan di definisikan sebagai keadaan atau keinginan kuat yang ada pada diri seseorang yang menjadi tenaga penggerak kegiatan serta mengarahkan perilaku individu ke arah yang telah ditetapkan. Motif dapat menggerakkan seseorang dalam melakukan suatu tindakan guna untuk mencapai sesuai keinginannya. Semakin tinggi motif seseorang maka semakin tinggi kinerja tersebut.

3) Tujuan

Tujuan akhir dari motivasi adalah tercapainya suatu keinginan sehingga tujuan dapat dijadikan arah dari semua perilaku dan tindakan orang yang berbeda didalam organisasi. Dengan tercapainya tujuan maka akan tercapailah keseimbangan psikologis dan fisiologis seseorang.⁷⁸

e. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha

Motif atau dorongan sebagai kata kunci suatu motivasi dapat muncul sebagai akibat dari keinginan pemenuhan kebutuhan yang tidak terpuaskan dan kebutuhan itu muncul sebagai dorongan internal atau pun sebagai dorongan

⁷⁸ Siswandi, *Manajemen Perusahaan : Analisis Kasus Dan Pemecahannya*, 3rd ed. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011).

alamiah yang berarti kebutuhan itu muncul dan menggerakkan perilaku semata-mata karena tuntutan fisik dan psikologis yang muncul melalui mekanisme sistem biologis manusia.⁷⁹

Wirausaha yang memiliki motivasi berafiliasi tinggi lebih menyukai persahabatan, bekerja sama daripada persaingan, dan saling pengertian. Menurut Suryana motivasi merupakan kecenderungan yang kuat untuk bertindak dalam suatu arah bergantung pada kekuatan harapan yang akan dihasilkan dari tindakannya dan ketertarikan lain yang dihasilkan bagi seseorang. Ada dua faktor dasar motivasi yang menentukan keberhasilan kerja, yaitu faktor orang yang merasa puas dan faktor yang membuat orang tidak merasa puas.

Berdasarkan Penelitian Dudung Abdullah yang berjudul: Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha menyimpulkan bahwasanya motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Motivasi merupakan suatu proses yang mendorong diri seseorang untuk melakukan sesuatu yang menyebabkan seseorang tersebut dapat meraih apa yang diinginkannya.

5. Pengetahuan Kewirausahaan

a. Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Soekidjo yang dikutip oleh Josia Sanchaya Pengetahuan merupakan hasil dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Sedangkan menurut Djaali yang dikutip oleh Josia Sanchaya pengetahuan merupakan salah satu faktor kognitif yang merupakan kemampuan menghafal, mengingat, sesuatu atau melakukan

⁷⁹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*, ed. Beni Ahmad Saebani (bandung: Pustaka Setia, 2013).

pengulangan suatu informasi yang sudah diresapi atau ditangkap. Sedangkan menurut Anas yang dikutip oleh Josia Sanchaya pengetahuan merupakan kemampuan seseorang untuk mengingat kembali kejadian-kejadian yang sudah pernah dialami, tanpa mengharapkan kemampuan untuk menggunakannya.⁸⁰

Pembelajaran kewirausahaan juga perlu dilakukan agar dapat meningkatkan potensi pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menciptakan suatu peluang usaha.⁸¹ Dari beberapa definisi tentang pengetahuan bisa disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan suatu kemampuan seseorang dalam melihat dari segi lingkungan, perbuatan dan kejadian-kejadian yang pernah dialami sehingga dia dapat melakukan suatu usaha yang akan membangun kesuksesan usahanya tersebut.

Kewirausahaan merupakan orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang atau jasa baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru, atau mengolah bahan baku. Menurut Yuyus Suryana dan Kartib bayu kewirausahaan merupakan semangat, perilaku dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dengan selalu berusaha, pengambilan resiko kreativitas dan inovasi serta kemampuan manajemen.

Menurut Suryana kewirausahaan merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. Dari beberapa definisi kewirausahaan diatas

⁸⁰ Josia Sanchahaya Hendrawan dkk, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha," *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 02, no. 03 (2017): 291–314, <https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e318240fa84>.

⁸¹ Roro Aditya Novi Wardhani, Suci Rachmawati, "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Motivasi Terhadap Minat Untuk Berwirausaha Mahasiswa IKIP PGRI Jember," *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 7, no. 1 (2019): 52, <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3836>.

dapat disimpulkan kewirausahaan merupakan proses menciptakan sesuatu yang baru yang dapat mengubah hidup seseorang dan dapat menimbulkan rasa tanggung jawab atas usaha yang di jalankannya tersebut.

Menurut Dudung Abdullah Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang yang diperoleh melalui teori-teori di bangku pendidikan yang berkaitan dengan kewirausahaan maupun bertukar pengalaman dari semua wirausahawan.⁸² Menurut Bradstreet yang dikutip oleh Muhammad Yunus pengetahuan merupakan suatu pembentuk kepribadian wirausaha. Dari beberapa defenisi pengetahuan kewirausahaan di atas dapat disimpulkan pengetahuan kewirausahaan merupakan suatu ilmu, seni maupun perilaku, sifat kepribadian, watak, dan pengalaman yang akan mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif.

Pengetahuan kewirausahaan dapat diperoleh melalui mata kuliah kewirausahaan yang telah diajarkan di perguruan tinggi dan menambah pengetahuan dalam hal teori mengenai kewirausahaan dan praktik yang berupa terjun langsung untuk menjual produk yang telah diciptakan.

Dalam berwirausaha diperlukan suatu pengetahuan khusus yang dimiliki oleh pemilik usaha tentang kewirausahaan untuk mengurangi kewirausahaan lain, yaitu situassi yang tidak menentu.⁸³

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan Kewirausahaan

1) Faktor Eksternal

⁸² Hasniati Hasniati and Syahrudin Syahrudin, "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha," *Jurnal Ilmiah Ecosystem* 22, no. 3 (2022): 541–50, <https://doi.org/10.35965/eco.v22i3.2014>.

⁸³ Tio Prasetyo and Reni Hariyani, "Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa," *Jurnal IKRA ITH Ekonomika* 3, no. 3 (2020): 94=101.

Faktor eksternal meliputi lingkungan, karena kemampuan efektif mencakup sikap, nilai, aspirasi, perasaan, emosi, dan pendidikan yang semuanya sangat bergantung pada kondisi lingkungan yang ada, maka dari dimensi efektif maupun kognitif dapat menimbulkan suatu pengetahuan.⁸⁴

2) Faktor Teknologi

Berbicara tentang teknologi seolah tak lepas dari ilmu pengetahuan, karena memang pada hakikatnya teknologi adalah penerapan ilmu atau pengetahuan. Adapun teknologi yang dimaksud yaitu media sosial. Pengetahuan kewirausahaan dapat dilihat dari media sosial, karena media sosial dapat memperoleh suatu pengetahuan yang menimbulkan minat berwirausaha.

c. Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

1) Pendidikan

Pendidikan bisnis tidak dapat melepaskan diri dari proses pendidikan kewirausahaan, oleh karena itu model dan sistem pendidikan bisnis harus menunjang pendidikan kewirausahaan. Proses pembelajaran dari pendidikan bisnis harus diarahkan kepada pemanfaatan pengetahuan untuk bekal hidup sasaran didik ditengah-tengah kehidupan bermasyarakat dan bernegara, sehingga belajar sambil bekerja menjadi sangat penting.

2) Pengetahuan Peran dan Tanggung Jawab

Seorang pengusaha tidak pernah lepas dalam tanggung jawab, karena seorang pengusaha memiliki tanggung jawab yang sangat lah besar. Selain tanggung jawab dalam bisnisnya, masyarakat yang ada di lingkungan bisnisnya, juga tanggung jawab terhadap lingkungan. Maka

⁸⁴ suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*.

dari itu pengetahuan dalam peran dan tanggung jawab sangat lah penting bagi pengusaha.

3) Pengetahuan Tentang Kepribadian

Seorang wirausaha adalah seorang yang memiliki kepribadian yang produktif. Kepribadian seseorang tidak persis sama dengan kepribadian orang lain, karena setiap kepribadian memiliki ciri khas terhadap orang yang berwirausaha. Maka dari itu pengetahuan tentang kepribadian sangat dibutuhkan, karena kepribadian dapat membangun seseorang menjadi sukses.

4) Pengetahuan Manajemen

Para wirausaha menggunakan proses inovasi sebagai alat pemberdayaan sumber-sumber untuk menciptakan suatu nilai barang dan jasa. Proses inovasi dikendalikan oleh kreativitas. Kreativitas merupakan mata rantai antara pengetahuan pengenalan cara baru untuk mengombinasikan sumber-sumber dan proses pengembangan pengetahuan secara sistematis ke dalam suatu inovasi yang digunakan di pasar. Maka dari itu pengetahuan dalam manajemen sangat lah penting karena, dapat mengetahui bagaimana cara berbisnis yang baik.

d. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Pengetahuan Kewirausahaan

Islam sebagai suatu agama yang besar didunia jelas memiliki pandangan Islam, seorang muslim atau pemeluk agama Islam sangat dianjurkan untuk memiliki pengetahuan agar mereka selamat di dunia maupun di akhirat. Dalam Al-Quran Surah Al-Mujadalah ayat 7 berikut:

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي السَّمُوتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ ۖ مَا يَكُونُ مِنْ نَجْوَى ثَلَاثَةٍ إِلَّا هُوَ
 رَابِعُهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمْ وَلَا آدْنَىٰ مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْثَرُ إِلَّا هُوَ مَعَهُمْ أَيْنَ
 مَا كَانُوا ۚ ثُمَّ يُنَبِّئُهُمْ بِمَا عَمِلُوا يَوْمَ الْقِيَمَةِ ۚ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya:

“tidakkah kamu perhatikan, bahwa Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang ada di langit dan di bumi? tiada pembicaraan rahasia antara tiga orang, melainkan Dia-lah keempatnya. dan tiada (pembicaraan antara) lima orang, melainkan Dia-lah keenamnya. dan tiada (pula) pembicaraan antara jumlah yang kurang dari itu atau lebih banyak, melainkan Dia berada bersama mereka di manapun mereka berada. kemudian Dia akan memberitahukan kepada mereka pada hari kiamat apa yang telah mereka kerjakan. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu.”⁸⁵

Apa yang di uraikan pada ayat yang lalu tentang pengetahuan Allah yang menyeluruh Perhitungan nya menyangkut dengan segala sesuatu dengan terperinci tegaskan oleh ayat di atas dengan menyatakan tidakkah engkau siapa pun engkau melihat, yakni mengetahui pengetahuan yang nyata bagaikan terlihat dengan mata, bahwa Allah senantiasa mengetahui dengan pengetahuan yang menyeluruh lagi terperinci menyangkut apa yang ada di langit yang berlapis tujuh itu dan apa yang ada di bumi terhampar ini?.

Kemudian, karena luasnya jangkaian langit dan bumi yang tidak mungkin terjangkau oleh nalar manusia ayat diatas melanjutkan dengan member contoh kongrit dari pengalaman sehari-sehari, dengan berfirman: tiada

⁸⁵ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemah Bahasa Banjar*.

sedikitpun pembicaraan rahasia dalam bentuk apapun antara tiga orang, melainkan dialah ke empat mereka. Bukankan pengetahuan kekuasaannya menyeluruh?

Dan tiada juga pembicaraan antara jumlah yang lebih kecil dari pada jumlah dari tiga orang itu, yakni dua orang, atau lebih banyak dari jumlah enam orang, misalnya tujuh sampai angka dan jumlah yang tidak dapat di hitung, melainkan dia dengan pengetahuan dan kuasanya selalu bersama mereka sehingga mengetahui apa yang mereka bisikkan dan kerjakan.⁸⁶

Maka pengetahuan adalah hasil dari kepekaan penginderaan terhadap suatu objek atau informasi yang telah di dapat, bisa melalui pelajaran atau lingkungan sekitar. Dan pengetahuan sebagian besar diperoleh melalui mata dan telinga.

e. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Di dalam lingkungan usaha yang semakin kompetitif, pengetahuan keahlian dalam bidang perusahaan yang dilakukan mutlak diperlukan bagi seorang wirausaha. Bekal pengetahuan yang penting adalah bekal pengetahuan bidang usaha yang dimasuki dan lingkungan usaha pengetahuan tentang peran, dan tanggung jawab, pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri, pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.⁸⁷

Pengetahuan kewirausahaan dapat diperoleh melalui mata kuliah kewirausahaan, media elektronik, lingkungan serta dari pengalaman. Semakin sering seseorang mendapatkan informasi tentang berwirausaha maka akan semakin positif seseorang untuk berminat menjadi wirausaha.

⁸⁶ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*.

⁸⁷ Muhammad Yunus, *Islam Dan Kewirausahaan Inovatif*.

Berdasarkan penelitian Josia Sanchaya, dkk, Fanny Paramitasari dan F.X. Adi Purwanto yang berjudul: pengaruh Sikap Mandiri, motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap minat Berwirausaha Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan menyimpulkan bahwasanya pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Dari hasil penelitian diatas menyatakan bahwasanya pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Semakin banyak pengetahuan maka semakin positif timbulnya minat dalam melakukan usaha. Pemanfaatan sosial media

6. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.⁸⁸

Menurut Taprial dan Kanwar mendefinisikan media sosial ialah media yang digunakan seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring

⁸⁸ Mulawarman Mulawarman and Aldila Dyas Nurfitri, “Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan,” *Buletin Psikologi* 25, no. 1 (2017): 36–44, <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>.

sosial dengan berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.⁸⁹

Sedangkan menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain.⁹⁰

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial adalah tempat bersosialisasi berupa aktivitas berbagi info, teks, gambar, video dan lain-lain. Dengan cara ini orang bersosialisasi dengan orang lain dalam media sosial yang terhubung dengan bantuan internet.

b. Indikator Pemanfaatan Media Sosial

1) Partisipasi

Partisipasi merupakan pendorong kontribusi dan umpan balik (*feedback*) dari setiap orang agar tertarik dengan media sosial. Selain itu, dengan adanya fungsi partisipasi, media sosial dapat mengurangi batas antara media dan audience. Adanya kenaikan jumlah partisipasi dari komunitas online akan menjadi cara yang sangat efektif untuk mengenal dan dekat dengan pelanggan. Selain itu, penyedia layanan media sosial juga memiliki keuntungan yang berlipat, karena penyedia dapat dengan mudah untuk berkomunikasi dengan pelanggan agar tetap berlangganan.⁹¹

2) Keterbukaan

Media massa sebagai alat pers untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat mempunyai peranan yang besar dalam memberikan

⁸⁹ Varinder Taprial dan Priya Kanwar, *Understanding Social Media* (London: Ventus Publishing ApS, 2012).

⁹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age* (Cambridge: IGI Globa, 2016).

⁹¹ Puspita Meutia Sari, "Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam," *Jurnal Ilmu Komunikasi - Konsentrasi Hubungan Masyarakat* 4, no. 2 (2017): 1–13.

segala sesuatu dengan terbuka. Dengan adanya keterbukaan, media juga dapat digunakan sebagai sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi. Media sosial juga dianggap sebagai ciri dari berbagai peristiwa yang terjadi pada masyarakat maupun dunia. Selain itu, adanya keterbukaan dalam media sosial dapat mempermudah umpan balik (feed back) dan partisipasi.

3) Percakapan

Media massa sebagai alat pers untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat mempunyai peranan yang besar dalam memberikan segala sesuatu dengan terbuka. Dengan adanya keterbukaan, media juga dapat digunakan sebagai sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi. Selain itu, dengan adanya keterbukaan, media juga dapat menjadi bahan untuk dijadikan sebagai pembelajaran dari informasi yang diberikan. Komunikasi yang terjalin terjadi dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui media sosial tersebut.

4) Saling Terhubung

Jaringan media sosial merupakan media yang dinamis dan fleksibel, itulah sebabnya dibutuhkan keterhubungan. Hampir semua media sosial tetap berkembang karena adanya keterhubungan kemanapun untuk dapat melayani antar pengguna. Jaringan media sosial juga beroperasi dengan beberapa alat lainnya untuk dapat lebih menarik pengguna, seperti audio, video, teks, dan lainnya. Selain itu, media sosial yang terus berkembang karena mempunyai sifat keterhubungan tersebut, hal ini dapat membuat link pada situs-situs, website, dapat menjadi sumber

informasi untuk pengguna lainnya.⁹²

c. Manfaat Dalam Peranan Media Sosial

Media sosial juga mempunyai manfaat dalam peranannya di era globalisasi saat ini, beberapa manfaat tersebut ialah:

1) Media Sosial Dapat Digunakan Untuk Bersosial

Media sosial adalah media yang digunakan untuk bersosialisasi dengan masyarakat lain dengan menggunakan jaringan internet. Media sosial akan mempermudah kita dalam menemukan kelompok yang sesuai dengan minat, hobi, agama, hiburan, pandangan politik dan lain sebagainya. Melalui perbedaan ini, kita memerlukan tempat yang tepat agar dianggap sama.

Maka disinilah pentingnya bermedia sosial, pengguna Instagram dapat membuat komunitas-komunitas sejenis sehingga dapat berkomunikasi secara cepat untuk saling bertukar informasi. Dalam memanfaatkan instagram untuk saling sharing informasi diperlukan adanya kesamaan kebutuhan agar komunikasi yang terjadi terjalin dapat tersampaikan dengan baik.⁹³

2) Menemukan Teman Baru

Melalui akun Instagram kita juga bisa mendapatkan teman baru untuk saling mengenal dan bertukar informasi melalui Instagram. Lewat Instagram seseorang bisa saling berkenalan dan mengirim pesan kemudian bisa saling mengenal lebih dalam satu sama lain. Instagram saat ini menjadi ruang sosial yang sangat luas bahkan bisa menjangkau dunia.

⁹² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006).

⁹³ Haryanto, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi," *EduLib* 5, no. 1 (2016): 83–89, <https://doi.org/10.17509/edulib.v5i1.2305>.

Teman virtual muncul seiring dengan berkomunikasi melalui media sosial. Kelebihan dari teman virtual yaitu mempermudah dalam berkomunikasi tanpa melewati kemacetan, penghematan waktu, biaya perjalanan atau cuaca yang tidak menentu.

Namun kekurangan dari komunikasi secara virtual terdapat cyber bullying, cyberporn, cyberspace hingga terlalu berlebihan dalam menggunakan media sosial yang menimbulkan kecanduan tinggi dan tidak menghiraukan di dunia nyata. Berbanding terbalik jika berkomunikasi secara interpersonal yaitu dapat memiliki feedback baik secara dukungan maupun emosional, terdapat kedekatan emosional, dapat mengetahui jujur atau tidak serta lebih fokus. Namun terdapat kekurangan yaitu mengenai efisiensi waktu serta tidak dapat berkomunikasi dengan seseorang yang berbeda tempat.⁹⁴

3) Alat Penghibur

Instagram dalam fungsinya sebagai media penghibur menjadikannya salah satu daya tarik tersendiri untuk digemari oleh para generasi millennial saat ini. Instagram bisa menjadi alat penghibur karena ada banyak fitur-fitur baru di instagram yang akan membuat kita tertawa sendirian, misalnya seperti fitur pembuat story yang yang bisa membuat kepala kita seolah terlihat lebih besar dari ukuran aslinya. Selain itu ada banyak akun komedi yang didalamnya terdapat postingan-postingan lucu yang dapat membuat pengguna Instagram tertawa. Siapa saja bisa membuat akun komedi asal mempunyai jiwa seni dan kreatifitas yang tinggi.⁹⁵

⁹⁴ Fakhriana Putri Nabila, "Media Sosial Dan Citra Diri Palsu (Studi Kasus Tentang Citra Diri Di Nstagram Pada Lingkngan Mahasiswa Universitas Pertamina)" 2, no. 1 (2020): 23.

⁹⁵ Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 73, <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.

4) Alat Mencari Uang

Instagram dapat memberi kemudahan kepada pelaku bisnis untuk mengenalkan produknya melalui internet. Instagram dapat memberi kemudahan kepada konsumen maupun produsen melalui Instagram. Dengan adanya Instagram, pelaku bisnis online yang dalam hal ini produsen sebuah barang, minuman, maupun makanan dapat menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk dagangannya dengan sangat mudah, sehingga dapat menjangkau masyarakat luas. Begitu juga dengan konsumen, Instagram dapat dimanfaatkan untuk mencari referensi produk maupun barang yang diinginkan.

5) Sarana Edukasi

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi pada era globalisasi, terutama teknologi dan komunikasi, telah menjadikan suatu media memiliki banyak kegunaan dan manfaat. Karakteristik teknologi informatika dan komunikasi menurut Ninok Leksono yang dikutip J. Sumardianta telah memanjangkan dan meluaskan manusia.⁹⁶ Pengetahuan yang didapatkan melalui akun Instagram tersebut sangat beragam, mulai dari edukasi tentang soal-soal tes, beasiswa maupun edukasi wisata dan lain sebagainya. Sehingga kita tidak ketinggalan zaman mengenai informasi terbaru yang saat ini tersebar luas diluar sana.

6) Mencari Lowongan Pekerjaan

Instagram dengan segala kelebihan dan kemampuannya untuk memberikan berbagai macam informasi juga dapat memberikan informasi seputar lowongan kerja yang tersedia. Banyak akun-akun di media sosial

⁹⁶ Watie.

instagram yang juga memuat konten mengenai informasi lowongan kerja, baik nasional, regional, maupun internasional. Dengan hanya bermodalkan scroll di timeline job vacancy yang ada di instagram, pengguna sudah tidak perlu mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan melalui media cetak seperti koran. Dengan adanya Instagram semua informasi tentang lowongan kerja dapat dengan mudah dan cepat kita dapatkan dimana saja dan kapan saja.

d. Jenis-Jenis Media Sosial

Selain mempunyai banyak fungsi, media sosial juga mempunyai jenis yang berbeda-beda, yaitu:

1) Aplikasi Media Sosial Berbagi Video (Video Sharing)

Aplikasi berbagi video tentu sangat efektif untuk menyebarkan beragam program pemerintah. Program tersebut dapat berupa kunjungan atau pertemuan di lapangan, keterangan pemerintah, diskusi publik tentang suatu kebijakan, serta berbagai usaha dan perjuangan pemerintah melaksanakan program-program perdagangan. Selain itu, penyebaran suatu video memerlukan tahap verifikasi sesuai standar berlaku.

Sebaliknya, pemerintah juga perlu memeriksa, membina serta mengawasi video yang tersebar di masyarakat yang terkait dengan program perdagangan pemerintah. Sejauh ini, dari beragam aplikasi video sharing yang beredar setidaknya ada tiga program yang perlu diperhatikan, terkait dengan jumlah user dan komunitas yang telah diciptakan oleh mereka yakni YouTube, Vimeo dan Daily Motion.⁹⁷

2) Aplikasi Media Sosial Mikroblog

⁹⁷ Muhammad Fajar and Hadi Machmud, "Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Siswa Sekolah Dasar," *Diniyah : Jurnal Pendidikan Dasar* 1, no. 1 (2020): 32, <https://doi.org/10.31332/dy.v1i1.1822>.

Aplikasi mikroblog tergolong yang paling gampang digunakan di antara program-program media sosial lainnya. Aplikasi microblog merupakan sebuah layanan berbasis web dimana penggunaannya dapat menulis berita berupa text singkat, atau mengirimkan gambar dalam langkah yang singkat. Aplikasi ini menjadi yang paling tenar di Indonesia setelah Facebook. Ada dua aplikasi yang cukup menonjol dalam masyarakat Indonesia, yakni Twitter dan Tumbler.

Aplikasi Media Sosial Berbagi Jaringan Sosial. Setidaknya ada tiga aplikasi berbagi jaringan sosial yang menonjol dan banyak penggunaannya di Indonesia, khususnya untuk tipe ini. Yakni Facebook, Google Plus, serta Path. Masing-masing memang memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Namun pada umumnya, banyak pakar media sosial menganjurkan agar tidak menggunakan aplikasi berbagi aktivitas sosial ini jika menyangkut urusan pekerjaan atau hal-hal yang terkait profesi (pekerjaan). Aplikasi ini menurut mereka lebih tepat digunakan untuk urusan yang lebih bersifat santai dan pribadi, keluarga, teman, sanak saudara, kumpul-kumpul hingga arisan.

Namun karena penggunaannya yang luas, banyak organisasi dan bahkan lembaga pemerintah membuat akun aplikasi ini untuk meluncurkan program, misi dan visinya. Walau begitu, supaya lebih mengetahui segmentasi pengguna dan karakter aplikasi ini, maka penerapan bahasa dan tampilan konten yang akan disebarluaskan juga harus lebih santai, akrab, disertai contoh kejadian lapangan. Lebih baik lagi jika disertai dengan foto atau infografis.⁹⁸

⁹⁸ Fajar and Machmud.

3) Aplikasi Berbagi Jaringan Profesional

Para pengguna aplikasi berbagi jaringan profesional umumnya terdiri atas kalangan akademisi, mahasiswa, para peneliti, pegawai pemerintah dan pengamat. Dengan kata lain, mereka adalah orang-orang yang berpengaruh dalam membentuk opini masyarakat. Itulah sebabnya, jenis aplikasi ini sangat dibutuhkan untuk mempromosikan bisnis yang membutuhkan banyak pertimbangan mengenai data. Selain itu, aplikasi ini juga dapat mempromosikan dan mensosialisasikan perundang-undangan atau peraturan-peraturan lainnya. Sejumlah aplikasi jaringan profesional yang cukup populer di Indonesia antara lain LinkedIn, Scribd dan Slideshare.⁹⁹

4) Aplikasi Berbagi Foto

Aplikasi jaringan berbagi foto sangat populer bagi masyarakat Indonesia. Sesuai karakternya, aplikasi ini lebih banyak menyebarkan materi komunikasi sosial yang lebih santai, humor, selain itu juga banyak mengandung materi aneh, eksotik, lucu, bahkan menyeramkan. Sebab itulah, penyebaran program pemerintah juga efektif dilakukan lewat aplikasi ini. Tentu saja, materi yang disebarkan juga harus menyesuaikan karakter aplikasi ini. Materi itu dapat berupa kunjungan misi perdagangan ke daerah yang unik, eksotik, pasar atau komunitas perdagangan tertentu. Beberapa aplikasi yang cukup populer di Indonesia antara lain Pinterest, Picasa, Flickr dan Instagram.¹⁰⁰

e. Pandangan Islam Terhadap Media Sosial

Dewasa ini, kita dihadapkan pada beberapa bentuk sikap masyarakat,

⁹⁹ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Jakarta: Media Kita, 2012).

¹⁰⁰ Bambang Dwi Atmoko.

yang berasal dari dampak modernitas, yang kini kita dituntut dalam kehidupan untuk selalu dapat berdampingan dengannya. Dalam paradigma hukum, beberapa dampak sikap tersebut terdapat berbagai macam tanggapannya baik dari segi hukum positif maupun hukum agama (yang dalam hal ini adalah hukum agama islam).

Dalam hukum Islam sendiri telah banyak kita ketahui bahwasanya, Islam tersebut di dalam berbagai aturannya tidak terlalu menutup diri dari berbagai perkembangan zaman yakni “modernitas” dan dapat dikatakan pula Islam pada dasarnya malah menjembatani kita sebagai umatnya untuk bersikap terbuka dan dianjurkan supaya dapat memfilter dan mengkomparasikan antara modernitas tersebut dengan apa-apa yang telah diajarkan dalam beberapa nash-Nya, yang pada akhirnya kita juga dapat menjadi umat yang maju dan lebih mengembangkan segala hal yang telah diberikan oleh-Nya.¹⁰¹

Modernitas yang banyak kita jumpai sekarang salah satunya adalah banyaknya perkembangan dalam bidang teknologi. Jika kita berbicara mengenai teknologi, akan terdapat banyak contoh yang berdasarkan padanya namun, yang lebih mempengaruhi kehidupan (dan terutamanya pemikiran dan pandangan) masyarakat dan umat Islam pada zaman ini adalah media sosial. Jika pada beberapa periode sebelumnya, media sosial menggunakan Koran, radio, televisi, telegram dan peralatan sederhana lainnya, maka zaman sekarang telah diubah menjadi lebih mudah dengan teknologi.

Yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah, manakala kemudahan-kemudahan tersebut tidak membatasi segala gerak-gerik, norma-norma dan

¹⁰¹ Rohadi Abdul Fatah dan Sudarsono, *Ilmu Dan Teknologi Dalam Islam*, cetakan 3 (Jakarta: Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam, 2005).

beberapa aturan yang berlaku tersebut makin merajalela. Akibat yang paling dikhawatirkan adalah, media sosial tersebut akan lebih cenderung sebagai alat untuk melancarkan berbagai pemikiran-pemikiran yang nantinya sangat tidak relevan, dan merusak tatanan kehidupan yang sesuai dengan hukum, ajaran agama dan norma yang berlaku. Oleh karenanya, semestinya kita lebih mengetahui batasan-batasan yang seharusnya ada dalam ber-media sosial tersebut, agar masyarakat dan umat kita nantinya tidak terjerumus lebih dalam lagi terhadap hal-hal yang bersifat provokatif, ambigu, rancu, dan semua hal yang berujung pada kerusakan akhlaq dan pemikiran masyarakat.¹⁰²

Dalam ranah praktis berteknologi, penyampai informasi juga dituntut memiliki pengetahuan dan kemampuan etis sebagaimana dituntunkan dalam Al-qur'an. Ini tercermin dalam berbagai bentuk ahlakul karimah yang kontekstual dalam menggunakan media sosial, antara lain:

Menyampaikan informasi dengan benar, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta (QS. Al-Hajj: 30) :

ذَلِكَ وَمَنْ يُعْظَمْ حُرْمَتِ اللَّهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ ۖ عِنْدَ رَبِّهِ ۖ وَأُحِلَّتْ لَكُمْ الْآنْعَامُ إِلَّا

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ ۚ

Artinya: Demikianlah (petunjuk dan perintah Allah). Siapa yang mengagungkan apa yang terhormat di sisi Allah (*hurumāt*) lebih baik baginya di sisi Tuhannya. Semua hewan ternak telah dihalalkan bagi kamu, kecuali yang diterangkan kepadamu (keharamannya). Maka, jauhilah (penyembahan) berhala-berhala yang najis itu dan jauhi (pula) perkataan

¹⁰² Muhammad Tholhah Hasan, *Prospek Islam Dalam Menghadapi Tantangan Zaman*, ed. Afif Nadjih Anies, cetakan 4 (Jakarta: Lantabora Press, 2003).

dusta.

Bijaksana, memberi nasihat yang baik, serta argumentasi yang jelas, terstruktur, dan baik pula (QS. An-Nahl: 125).

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ

رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.

Untuk mencapai ketepatan data dan fakta sebagai bahan baku informasi yang akan disampaikan, seorang muslim hendaknya mengecek dan meneliti kebenaran fakta dengan informasi awal yang ia peroleh agar tidak terjadi kidzb, ghibah, fitnah dan namimah (QS. Al-Hujarat: 6).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPU
بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu”.

Tidak mengolok-olok, mencaci-maki, atau melakukan tindakan penghinaan sehingga menumbuhkan kebencian (QS. AlHujarat: 11).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا

نِسَاءٌ مِّنْ نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا

تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ ۚ بِئْسَ الْإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ ۚ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ

الظَّالِمُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olokkan itu) lebih baik daripada mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olok) perempuan lain (karena) boleh jadi perempuan (yang diolok-olok itu) lebih baik daripada perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela dan saling memanggil dengan julukan yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) fasik699) setelah beriman. Siapa yang tidak bertobat, mereka itulah orang-orang zalim”.

Pada prinsipnya “modernisasi teknologi” dan akselerasi kemajuan menjadi topik perlombaan, bahkan setiap individu maupun setiap bangsa beradu cepat dalam modernisasi teknologi menjadi sebuah kultur global. Idealism ini memang representative dan sehat, sebab kemajuan teknologi pasti mampu membantu umat manusia untuk tidak mempersulit kepentingan-kepentingan baik berupa sarana komunikasi, alat-alat kerja, bahkan hampir segala aspek kehidupan manusia dapat ditangani secara mekanik. Kebanyakan negara-negara yang sedang membangun kedua aspek modernisasi merambat secara berdampingan dan harmonis. Akan tetapi dalam ritme perjalanan waktu

keharmonisan tadi mulai membisa dan bergeser karena adanya kemelut nilai-nilai multi komplikasi baik politik, ekonomi, sosial budaya dan moral.¹⁰³

Dalam satu sisi dapat terjadi pembaruan mentalitas yang laju begitu cepat dan sungguh dominan, namun terkadang terjadi justru modernisasi teknologi yang melaju cepat sehingga memperbudak mental suatu bangsa. Dalam analisis dan pemikiran normal nampak ketidakrelevanan, akan tetapi yang terjadi justru manusia menjadikan peradaban teknologi sebagai satu-satunya tujuan hidup. Padahal sesungguhnya kemajuan teknologi sepantasnya hanya dijadikan sekedar alat untuk menanggapi beberapa desakan alam yang telah menjadi ajang hidup sehari-hari.

7. Life skill

a. Pengertian Life Skill

Pengertian Life Skill telah dikemukakan oleh beberapa ahli. Muhaimin berpendapat bahwa Life Skill adalah kecakapan yang dimiliki seseorang untuk mau hidup dan berani menghadapi problema hidup dan kehidupan secara wajar tanpa merasa tertekan, kemudian secara proaktif dan kreatif mencari serta menemukan solusi sehingga akhirnya mampu mengatasinya.¹⁰⁴ Anwar berpendapat bahwa Life Skill adalah kemampuan yang diperlukan untuk berinteraksi dan beradaptasi dengan orang lain atau masyarakat lingkungan dimana ia berada, antara lain keterampilan dalam mengambil keputusan, pemecahan masalah, berpikir kritis, berpikir kreatif, berkomunikasi yang efektif, membina hubungan antar pribadi, kesadaran diri, berempati, mengatasi emosi dan mengatasi stress yang merupakan bagian dari pendidikan.¹⁰⁵

¹⁰³ Muhammad Tholhah Hasan.

¹⁰⁴ Muhaimin, *Arah Baru Pengembangan Pendidikan Islam : Pemberdayaan, Pengembangan Kurikulum Hingga Redefinisi Islamisasi Pengetahuan* (bandung: Nuansa, 2003).

¹⁰⁵ Anwar, *Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skill Education)*, cetakan 5 (bandung: alfabeta, 2015).

Menurut World Health Organization (WHO) dalam Life Skills Education in Schools, Life Skills adalah berbagai keterampilan atau kemampuan untuk dapat beradaptasi dan berperilaku positif, yang memungkinkan seseorang mampu menghadapi berbagai tuntutan dan tantangan dalam hidupnya sehari-hari secara efektif.¹⁰⁶ Sementara itu Tim Broad-Based Education menafsirkan Life Skill sebagai kecakapan yang dimiliki seseorang untuk mau dan berani menghadapi problema hidup dan kehidupan secara wajar tanpa merasa tertekan, kemudian secara proaktif dan kreatif mencari serta menemukan solusi sehingga akhirnya mampu mengatasinya.

b. Dasar Pemikiran Life Skill

Undang-Undang Nomer 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Ditegaskan pada Bab VI tentang Jalur, Jenjang dan Jenis Pendidikan pada bagian kelima yaitu Pendidikan Nonformal pasal 26 ayat 3:

“Pendidikan nonformal meliputi pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan kepemudaan, pendidikan pemberdayaan perempuan, pendidikan keaksaraan, pendidikan keterampilan dan pelatihan kerja, pendidikan kesetaraan serta pendidikan lain yang ditujukan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik”.¹⁰⁷

Penjelasan pada ayat tersebut adalah Pendidikan kecakapan hidup (Life Skill) adalah pendidikan yang memberikan kecakapan personal, kecakapan sosial, kecakapan intelektual dan kecakapan vokasional untuk bekerja atau usaha mandiri.

c. Proses Pengembangan Life Skill

Dalam pengembangan Life Skill ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, pertama memasukkannya sebagai suatu pokok bahasan dalam mata pelajaran yang sudah ada secara konvensional. Pokok bahasan tersebut

¹⁰⁶ Atasi Mohanty, “Vocational Counselling and Transition Skill Training for Adolescents with Special Needs,” *Creative Education* Vol.6, no. 2 (2015).

¹⁰⁷ Undang-undang, “Sistem Pendidikan Nasional,” Pub. L. No. Pasal 26 ayat 3 (2003).

dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi bagian dari kurikulum itu (Life Skill di dalam kurikulum). Kedua, dengan mengembangkan kurikulum sedemikian rupa sehingga kurikulum tersebut nantinya merupakan suatu kurikulum yang memang lain dari kurikulum yang sudah dikenal dan berlaku saat ini (curriculum life skills). Mengenai bagaimana cara menerapkan dan memunculkannya dalam diri siswa, itu merupakan tantangan bagi institusi pendidikan yang ingin mengembangkan kompetensinya sehingga akan tercipta bibit-bibit yang berbobot atau handal.

Disamping itu perlu adanya sebuah konsep yang jelas mengenai KBK sampai hal-hal yang terkecil dari beberapa kemasannya sehingga nantinya pelaksanaan akan berhasil. Proses pengembangan Life Skill meliputi beberapa metode yang disesuaikan dengan karakteristik dari kecakapan hidup tersebut. Pada pengembangan kecakapan hidup umum (General Life Skill) tidak mungkin diajarkan melalui mata pelajaran, tetapi lebih cocok untuk menggunakan istilah “diinternalisasi” daripada melalui proses pengajaran. Proses internalisasi merupakan proses yang menyertakan dan membiasakan kecakapan hidup yang direncanakan untuk dikuasai oleh siswa pada seluruh proses pembelajaran.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu juga dapat diartikan sebagai tinjauan singkat terhadap penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Belajar dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan”. Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Maka dari itu, untuk menunjukkan keorisinalitasan, peneliti akan menjabarkan beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun beberapa penelitian-penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Menurut Taprial dan Kanwar mendefinisikan media sosial ialah media yang digunakan seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial dengan berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.¹⁰⁸ Sedangkan menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain.¹⁰⁹

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial adalah tempat bersosialisasi berupa aktivitas berbagi info, teks, gambar, video dan lain-lain. Dengan cara ini orang bersosialisasi dengan orang lain dalam media sosial yang terhubung dengan bantuan internet.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya juga yang menunjukkan keterkaitan pemanfaatan media sosial terhadap minat berusaha, sebagaimana yang dilakukan oleh Muhammad Hasym Alfaruk¹¹⁰, Tio Prasetyo dkk¹¹¹, Bambang

¹⁰⁸ Varinder Taprial dan Priya Kanwar, *Understanding Social Media*.

¹⁰⁹ Philip Kottler dan Kevin Lane Keller, *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*.

¹¹⁰ Muhammad Hasym Alfaruk, “Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,” *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2017): 164, <https://doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172>.

¹¹¹ Tio Prasetyo dan Reni Hariyani, *Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa*, *Jurnal IKRAITH Ekonomika* Vol. 3, No. 3 (November 2020): hlm. 94-101.

Satrionugroho dkk bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Bambang Satrionugroho dkk¹¹² dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha Dibidang Teknologi” dimana Terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STMIK Sinar Nusantara. Artinya dengan memanfaatkan media sosial yang lebih baik lagi, maka akan dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi atau bertukar informasi semata.

2. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Menurut Dudung Abdullah Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang yang diperoleh melalui teori-teori di bangku pendidikan yang berkaitan dengan kewirausahaan maupun bertukar pengalaman dari semua wirausahawan¹¹³ Pada penelitian yang dilakukan oleh Dudung Abdullah¹¹⁴, Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini dikarenakan pengetahuan kewirausahaan merupakan faktor yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan maka akan semakin tinggi minat berwirausaha pada mahasiswa.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya juga yang menunjukkan keterkaitan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berusaha, sebagaimana

¹¹² Bambang Satrionugroho and Sri Tomo, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi,” *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIKomsin)* 8, no. 2 (2020): 35–39, <https://doi.org/10.30646/tikomsin.v8i2.516>.

¹¹³ Hasniati and Syahrudin, “Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha.”

¹¹⁴ Hasniati and Syahrudin.

penelitian yang dilakukan oleh Dudung Abdullah, Adi Purwanto¹¹⁵, Josia Sanchaya Hendrawan dkk¹¹⁶ bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

3. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha

Motif atau dorongan sebagai kata kunci, suatu motivasi dapat muncul sebagai akibat dari keinginan pemenuhan kebutuhan yang tidak terpuaskan dan kebutuhan itu muncul sebagai dorongan internal ataupun sebagai dorongan alamiah yang berarti kebutuhan itu muncul dan menggerakkan perilaku semata-mata karena tuntutan fisik dan psikologis yang muncul melalui mekanisme sistem biologis manusia.¹¹⁷

Wirausaha yang memiliki motivasi berafiliasi tinggi lebih menyukai persahabatan, bekerja sama daripada persaingan, dan saling pengertian. Menurut Suryana motivasi merupakan kecenderungan yang kuat untuk bertindak dalam suatu arah bergantung pada kekuatan harapan yang akan dihasilkan dari tindakannya dan ketertarikan lain yang dihasilkan bagi seseorang. Ada dua faktor dasar motivasi yang menentukan keberhasilan kerja, yaitu faktor orang yang merasa puas dan faktor yang membuat orang tidak merasa puas.¹¹⁸

Pada penelitian yang dilakukan oleh Dudung Abdullah¹¹⁹ mendapatkan kesimpulan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini dikarenakan motivasi merupakan faktor yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan

¹¹⁵ F. X. Adi Purwanto, "Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha," *Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhan* 6, no. 2 (2016): 104–27.

¹¹⁶ Josia Sanchahaya Hendrawan dkk, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha."

¹¹⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*, ed. Beni Ahmad Saebani (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013).

¹¹⁸ Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*.

¹¹⁹ Hasniati and Syahrudin, "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha."

Bisnis Universitas Majalengka. Semakin tinggi motivasi maka akan semakin tinggi minat berwirausaha pada mahasiswa

4. Pengaruh *life skill* Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendrik hermawan bahwa terdapat hubungan positif dan sangat signifikan antara *Life skill* dan minat berwirausaha. Semakin tinggi tingkat kecakapan hidup maka semakin tinggi minat berwirausaha. Sebaliknya, semakin rendah tingkat *Life skill* semakin rendah minat untuk berwirausaha.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Khoiri dkk.¹²⁰ Pemanfaatan Perangkat pembelajaran fisika berbasis *life skill* dalam proses pembelajaran telah menyebabkan proses pembelajaran menjadi lebih hidup dan unsur-unsur *life skill* siswa muncul dalam aktifitas proses tersebut, Pemanfaatan perangkat pembelajaran berbasis *life skill* dapat meningkatkan minat kewirausahaan siswa. Penggunaan perangkat pembelajaran Fisika berbasis *life skill* mampu meningkatkan minat kewirausahaan siswa dengan tidak mengganggu ketuntasan belajar siswa.

5. Pengaruh pemanfaatan media social terhadap minat berwirausaha melalui *life skill*

Pemanfaatan media sosial berperan penting dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Akses terhadap konten-konten kewirausahaan seperti kisah sukses pelaku usaha, tips bisnis, hingga peluang kemitraan bisnis yang tersebar luas di media sosial dapat menumbuhkan ketertarikan dan motivasi mahasiswa untuk menjadi wirausahawan. Paparan terhadap konten inspiratif dan edukatif di media sosial berkontribusi terhadap peningkatan minat berwirausaha generasi muda. Selain itu, media sosial memberikan kesempatan kepada

¹²⁰ Nur Khoiri and N Hindarto, "Pengembangan Perangkat Pembelajaran Fisika Berbasis *Life Skill* Untuk Meningkatkan Minat Kewirausahaan Siswa," *Jurnal Pendidikan Fisika Indonesia* 7, no. 2 (2011): 87.

mahasiswa untuk mengamati, meniru, dan belajar secara tidak langsung dari pengalaman orang lain, sebagaimana dijelaskan oleh teori pembelajaran sosial dari Bandura.¹²¹

Pemanfaatan media sosial juga berdampak terhadap peningkatan life skill. Melalui interaksi sosial di platform digital, individu dapat mengembangkan keterampilan komunikasi, pemecahan masalah, pengambilan keputusan, serta keterampilan berpikir kritis. Aktivitas aktif di media sosial dapat memperkuat kemampuan sosial dan kognitif jika digunakan secara produktif. Dalam konteks pendidikan, media sosial menjadi sarana pembelajaran nonformal yang dapat memperkaya pengalaman mahasiswa dan memperluas wawasan mereka dalam menghadapi dunia nyata, termasuk dunia bisnis. Dengan demikian, media sosial bukan hanya tempat hiburan, tetapi juga ruang belajar yang berkontribusi terhadap perkembangan life skill mahasiswa.

Life skill memiliki hubungan yang erat dengan minat berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki keterampilan hidup yang baik cenderung lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan, berani mengambil risiko, dan mampu mengelola kegagalan secara bijak. Hal ini menjadi modal penting dalam membentuk minat dan kesiapan untuk menjadi wirausahawan. Keterampilan berpikir kritis, komunikasi, dan pengambilan keputusan secara positif memengaruhi minat dan kemampuan mahasiswa untuk memulai usaha. Life skill membantu mahasiswa dalam mengenali peluang, merancang strategi usaha, serta berinteraksi dengan mitra dan konsumen. Oleh karena itu, semakin tinggi life skill yang dimiliki mahasiswa, semakin tinggi pula kemungkinan mereka memiliki minat berwirausaha.

¹²¹ Albert Bandura, *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs (New York: General Learning Press, 1971).

Life skill berperan sebagai mediator dalam hubungan antara media sosial dan minat berwirausaha. Artinya, pemanfaatan media sosial akan lebih efektif dalam meningkatkan minat berwirausaha apabila disertai dengan peningkatan life skill mahasiswa. Tanpa keterampilan hidup yang memadai, informasi atau inspirasi yang diperoleh dari media sosial mungkin tidak dapat diolah secara optimal menjadi dorongan nyata untuk berwirausaha. Teori mediasi ini sesuai dengan pendekatan cognitive-behavioral, di mana informasi (media sosial) memengaruhi perilaku (minat berwirausaha) melalui proses internal seperti keterampilan dan kesiapan psikologis (life skill). Penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Daryanto menunjukkan bahwa life skill memediasi secara signifikan pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di perguruan tinggi.¹²²

6. Pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha melalui *Life skill*

Motivasi menjadi salah satu determinan utama dalam membentuk minat individu untuk menjadi wirausahawan. Seseorang yang memiliki motivasi tinggi akan terdorong untuk mencari kebebasan ekonomi, mengejar pencapaian, serta menciptakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri dan orang lain. McClelland (1961) menyatakan bahwa motivasi berprestasi (need for achievement) sangat erat kaitannya dengan keinginan untuk memulai usaha dan mengembangkan bisnis secara mandiri. Motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Semakin kuat dorongan internal dan eksternal yang dimiliki mahasiswa, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk tertarik menjalani profesi sebagai wirausahawan.

¹²² Putra, R. A., & Daryanto, A., "Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Life Skill Pada Mahasiswa. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan," 2021 1 (N.D.).

Motivasi yang tinggi juga mendorong individu untuk secara aktif mengembangkan keterampilan hidup yang diperlukan dalam kehidupan pribadi maupun profesional. Individu yang memiliki motivasi belajar dan berprestasi cenderung berusaha memperkuat kemampuan interpersonal, manajemen emosi, serta keterampilan berpikir kritis dan strategis. Life skill tidak hanya muncul dari pengalaman, tetapi juga dari niat sadar untuk berkembang dan menyesuaikan diri terhadap tuntutan lingkungan. Dalam Self-Determination Theory, individu yang termotivasi secara intrinsik cenderung memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk mengembangkan kapasitas dirinya, termasuk dalam bentuk keterampilan hidup yang mendukung keberhasilan di bidang apa pun, termasuk kewirausahaan.

Life skill merupakan modal penting dalam menentukan kesiapan dan ketertarikan seseorang untuk menjalani dunia kewirausahaan. Individu dengan kemampuan hidup yang baik akan lebih mudah dalam mengelola konflik, menghadapi risiko, membangun relasi bisnis, dan menyusun strategi usaha. Life skill juga memberikan kepercayaan diri dalam menghadapi ketidakpastian dan memecahkan masalah secara kreatif, yang semuanya merupakan karakteristik penting dari seorang wirausahawan.¹²³

Life skill berperan sebagai mediator dalam hubungan antara motivasi dan minat berwirausaha. Artinya, motivasi yang tinggi akan mendorong mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan hidup yang pada gilirannya memperkuat minat mereka untuk berwirausaha. Tanpa life skill yang memadai, motivasi saja mungkin tidak cukup untuk mendorong tindakan nyata dalam merintis usaha.

Model ini sesuai dengan pendekatan kognitif-perilaku, di mana dorongan internal (motivasi) memengaruhi perilaku (minat) melalui proses internalisasi

¹²³ Muhammad Yusuf, "Hubungan Life Skill Dengan Minat Berwirausaha," *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan*, 2021.

berupa keterampilan (life skill). Penelitian oleh Putri dan Handayani membuktikan bahwa life skill berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan antara motivasi dan minat berwirausaha pada mahasiswa.¹²⁴

7. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui *life skill*

Pengetahuan kewirausahaan tidak hanya memberikan informasi teoretis, tetapi juga mendorong pengembangan kemampuan praktis, termasuk life skill. Materi kewirausahaan sering kali mencakup aspek-aspek pengambilan keputusan, manajemen waktu, kepemimpinan, komunikasi, dan penyelesaian masalah. Dengan demikian, semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan seseorang, semakin besar potensi untuk memiliki life skill yang kuat. Life skill berperan sebagai jembatan antara pengetahuan dan tindakan nyata dalam berwirausaha. Seseorang yang memiliki pengetahuan tetapi tidak memiliki keterampilan hidup mungkin akan kesulitan mengambil langkah nyata. Life skill membantu mahasiswa untuk mengeksekusi ide, berani mengambil risiko, mengelola tekanan, serta menjalin hubungan kerja yang efektif—semua itu penting dalam dunia usaha.

Life skill dapat berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha. Artinya, pengetahuan saja tidak selalu cukup untuk menumbuhkan minat berwirausaha; diperlukan life skill untuk menginternalisasi pengetahuan tersebut menjadi kesiapan mental, emosional, dan sosial yang lebih kuat. Model ini didukung oleh pendekatan *competency-based entrepreneurship education*, di mana pengetahuan, keterampilan, dan sikap saling melengkapi dalam membentuk kompetensi kewirausahaan. Penelitian oleh Setiawan dan Lestari menunjukkan bahwa life skill

¹²⁴ Putri, M. A., & Handayani, D, “Life Skill Sebagai Mediasi Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha,” Jurnal Pendidikan Ekonomi, 2021, 112–22.

memediasi secara signifikan hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha pada mahasiswa.¹²⁵

Untuk membedakan penelitian ini terhadap penelitian terdahulu maka peneliti melihat penelitian- penelitian yang berkaitan dengan judul peneliti yang dijelaskan sebagai berikut:

Table II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Hasym Alfaruk, Pascasarjana Universitas Negeri Semarang	Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pemanfaatan sosial media dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, sedangkan Pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Secara simultan pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. ¹²⁶
2.	Bambang Satrionugroho, Sri Tomo	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Dibidang Teknologi	Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: 1. Kedua variabel bebas yaitu: pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan minat mahasiswa untuk berwirausaha pada STMIK Sinar Nusantara. 2. Terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STMIK Sinar Nusantara. 3. Pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki juga memiliki pengaruh terhadap Minat Wirausaha pada

¹²⁵ Setiawan, H., & Lestari, P, "Peran Life Skill Sebagai Mediator Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha," 2020, 75-84.

¹²⁶ Alfaruk, "Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo."

			Mahasiswa STMIK Sinar Nusantara. ¹²⁷
3.	Dudung Abdullah (Jurnal Co Management, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, 2019).	Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Majalengka).	Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut : 1. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. 2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. 3. Motivasi dan pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. ¹²⁸
4.	Adi Purwanto (Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan, Jurusan Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga, Program Diploma Pelayaran, Universitas Hang Tuah Surabaya, 2016)	Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Diploma Pelayaran Universitas Hang Tuah Surabaya).	Hasil penelitian menunjukkan motivasi dan pengetahuan kewirausahaan berkategori sangat tinggi, dan minat berwirausaha berkategori tinggi. Hasil uji hipotesis menunjukkan secara parsial maupun simultan motivasi dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.. ¹²⁹
5.	Candra Wijayangka, dkk (Jurnal Eco-Buss Universitas Telkom 2018).	Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom.	Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menjawab tujuan penelitian tersebut. Adapun hasil penelitian ini adalah efikasi diri, pengetahuan kewirausahaan, dan motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha. ¹³⁰
6.	Siti Aisyah, Nur Ahmadi Bi Rahmani, Salmiah	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan	Berdasarkan hasil penelitian motivasi berwirausaha berpengaruh secara signifikan secara positif terhadap minat berwirausaha dengan skor 43,5%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa dengan

¹²⁷ Satrionugroho and Tomo, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi."

¹²⁸ Hasniati and Syahrudin, "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha."

¹²⁹ Purwanto, "Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha."

¹³⁰ Candra wijayangka dkk, "Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom."

	Hasibuan	Keluarga Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim	meningkatnya motivasi berwirausaha pada mahasiswa akan berpengaruh untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa ¹³¹
7.	Wiliam Widjaja (Jurnal Ilmu Manajemen, STIE Global Institute Commerce Industry, Indonesia, 2019).	Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMA XYZ Di Jakarta Barat	Penelitian ini memperoleh hasil nilai t-value variabel Pengetahuan kewirausahaan sebesar 3,873, motivasi sebesar 5,206, lingkungan keluarga 5,398 dan media sosial sebesar 0,403 dengan nilai t-tabel sebesar 2,25. Sehingga dapat disimpulkan variabel pengetahuan kewirausahaan, motivasi dan lingkungan keluarga berpengaruh sedangkan media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UINSU Medan ¹³²
8.	Muhammad Jailani, dkk (Jurnal Of Economic Education Universitas Muhammadiyah Palangkaraya Indonesia, 2017).	Pengaruh Kewirausahaan, Motivasi Belajar, Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa.	Berdasarkan Hasil Penelitian menunjukkan bahwa motivasi belajar berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha siswa di Jakarta barat ¹³³
9.	Josia Sanchaya Hendrawan, Hani Sirine (Jurnal of Innovation and Entrepreneurship, Alumni FEB UKSW Salatiga, Staf Pengajar FEB UKSW Salatiga, 2017).	Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Uksw Konsentrasi Kewirausahaan)	Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dan ada pengaruh tidak langsung pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui self efficacy. Ada pengaruh motivasi secara signifikan terhadap minat berwirausaha siswa dan ada pengaruh sosial ekonomi orang tua secara signifikan terhadap minat berwirausaha siswa ¹³⁴

¹³¹ Siti Aisyah dkk, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim," *Journal on Education* 5, no. 4 (2023): 11740–57, <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131>.

¹³² Widjaja, "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sma Xyz Di Jakarta Barat."

¹³³ Jailani & Sudarma, "Pengaruh Kewirausahaan, Motivasi Belajar, Sosial Ekonomi OrangTua Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa."

¹³⁴ Josia Sanchahaya Hendrawan dkk, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha."

10.	Tio Prasetyo dan Reni Heriyani (Jurnal IKRA Ekonomika Universitas Budi Luhur, 2020)	Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap mandiri dan motivasi tidak mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa konsentrasi kewirausahaan, sedangkan variabel pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. ¹³⁵
11.	Asep Munawar dan Nono Supriatna (Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia, 2018).	Pengaruh Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel motivasi dalam penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan dan memiliki korelasi positif yang kuat terhadap minat berwirausaha. Variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan memiliki korelasi positif yang kuat terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. ¹³⁶
12.	Roro Aditya Novi Wardhani dan Suci Rachmawati (Jurnal Equilibrium, Program Studi Pendidikan Ekonomi, IKIP PGRI Jember, 2019)	Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Motivasi Terhadap Minat Untuk Berwirausaha Mahasiswa IKIP PGRI Jember	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa, temuan lain dari penelitian ini bahwa sikap dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. ¹³⁷

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah peneliti paparkan di atas, maka peneliti menarik perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang diteliti sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Muhammad Hasym

¹³⁵ Prasetyo and Hariyani, "Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa."

¹³⁶ Octaviani, "Pengaruh Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa."

¹³⁷ Suci Rachmawati, "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Motivasi Terhadap Minat Untuk Berwirausaha Mahasiswa IKIP PGRI Jember."

Alfaruk, Pascasarjana Universitas Negeri Semarang memiliki persamaan pada variable independen dan variable terikat. Perbedaannya yakni pada penelitian yang dilakukan peneliti memiliki variable intervening, sementara peneliti sebelumnya tidak. Serta teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan Analisis Jalur, uji reabilitas, uji validitas dan uji statistik deskriptif sementara peneliti terdahulu hanya menggunakan uji regresi linear berganda.

2. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Bambang Satrionugroho dan Sri Tomo memiliki persamaan pada variable independen yaitu penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan dan variable terikat. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada analisis data dimana peneliti terdahulu menggunakan uji regresi linear berganda.
3. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Dudung Abdullah dimana variable yang digunakan sama dengan yang dilakukan oleh peneliti yaitu motivasi dan pengetahuan kewirausahaan, serta variable dependen yang digunakan sama. Untuk analisis yang digunakan juga berbeda dengan yang digunakan peneliti.
4. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Adi Purwanto memiliki persamaan pada variable independennya yaitu pengetahuan kewirausahaan dan memiliki persamaan pada variable dependennya. Untuk analisis data yang digunakan berbeda dengan dengan yang peneliti gunakan yaitu dimana peneliti terdahulu hanya menggunakan analisis regresi linear berganda.
5. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Candra Wijayangka, dkk dimana memiliki persamaan pada variable independen yaitu motivasi. Sedangkan untuk analisis data yang digunakan juga memiliki analisis data

yang sama yaitu analisis data deskriptif.

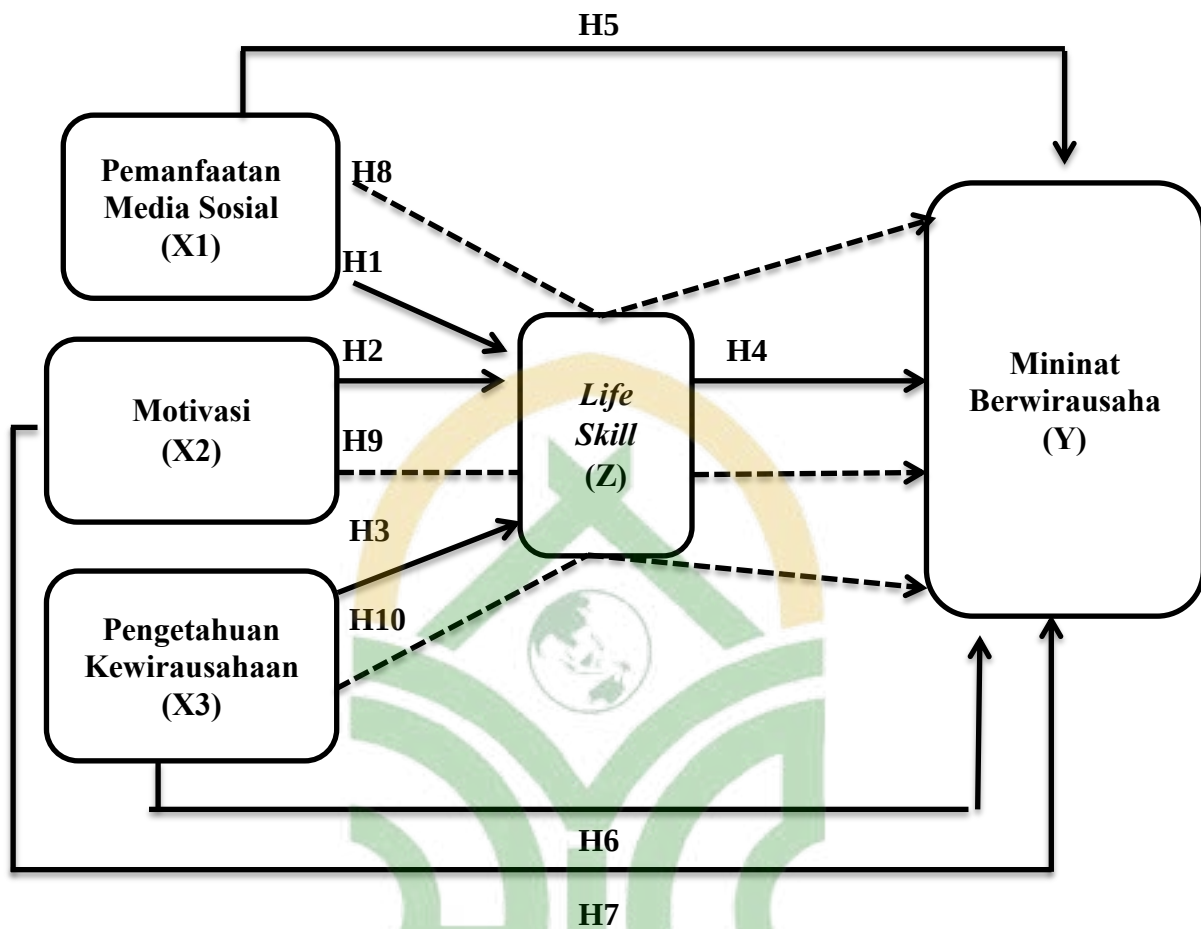
6. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Siti Aisyah, dkk bahwa memiliki persamaan pada variable independennya dan peneliti terdahulu juga menggunakan lingkungan keluarga sebagai variable independen sementara peneliti tidak. Untuk analisis data yang digunakan peneliti terdahulu menggunakan uji t dan uji f sementara peneliti tidak.
7. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Wiliam Widjaja memiliki persamaan pada variable dependennya. Sementara untuk analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan uji reabilitas dan uji validitas.
8. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Muhammad Jailani, dkk memiliki persamaan pada variable independen yaitu motivasi belajar dan juga memiliki persamaan pada variable dependennya yaitu minat berwirausaha. Sedangkan pada analisis data yang digunakan peneliti sebelumnya menggunakan SPSS karena melakukan jenis penelitian sebarang sedangkan peneliti menggunakan SmartPLS.
9. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Josia Sanchaya Hendrawan, Hani Sirine memiliki persamaan pada variable independen yaitu motivasi belajar dan pengetahuan kewirausahaan dan juga memiliki persamaan pada variabel dependennya yaitu minat berwirausaha. Sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan peneliti sebelumnya yaitu uji interaksi.
10. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Tio Prasetyo dan Reni Heriyani ditemukan bahwa pada variabel independen yang digunakan peneliti sebelumnya sama dengan yang peneliti gunakan. Sementara untuk teknik analisis data yang digunakan berbeda dimana peneliti sebelumnya

menggunakan regresi linear berganda dan analisis korelasi.

11. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Asep Munawar dan Nono Supriatna memiliki persamaan pada variabel independennya yaitu motivasi dan juga memiliki persamaan pada variabel dependennya yaitu minat berwirausaha. Sementara untuk teknik analisis data yang digunakan pada peneliti sebelumnya yaitu Analisis Faktor, Analisis Regresi Berganda, dan One Way Anova.
12. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan peneliti oleh Roro Aditya Novi Wardhani dan Suci Rachmawati menggunakan motivasi sebagai variabel independennya dan untuk variabel dependennya memiliki persamaan yaitu minat berwirausaha. Untuk teknik analisis data yang digunakan pada penelitian terdahulu menggunakan uji t dan uji f.

C. Kerangka Pikir

Gambar II.2 Kerangka Fikir



Untuk memudahkan pemahaman bagi pembaca, maka penulis menyusun kerangka pikir dari penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Hubungan X1 terhadap Z

H2 : Hubungan X2 terhadap Z

H3 : Hubungan X3 terhadap Z

H4 : Hubungan Z terhadap Y

H5 : Hubungan X1 terhadap Y

H6 : Hubungan X2 terhadap Y

H7 : Hubungan X3 terhadap Y

H8 : Hubungan X1 terhadap Y, melalui Z

H9 : Hubungan X2 terhadap Y, melalui Z

H10 : Hubungan X3 terhadap Y, melalui Z

D. Hipotesis

Hipotesis secara etimologis berasal dari dua kata yaitu Hypo dan Theis. Hypo berarti dibawah, dan kata Theis mengandung arti kebenaran. Menurut Sugiono hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah penelitian.¹³⁸ Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang masih harus diuji. Oleh karena itu, hipotesis berfungsi sebagai cara untuk menguji kebenaran.¹³⁹ Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

- H1:** Terdapat pengaruh motivasi terhadap *life skill* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- H2:** Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap *life skill* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan..
- H3:** Terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap *life skill* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- H4:** Terdapat pengaruh *life skill* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

¹³⁸ Budi Gautama dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1st ed. (Medan tunggal: CV. Merdeka Kreasi Group Penerbit Nasional, 2021).

¹³⁹ Suryani dan Hendriyadi, *Metode Riset Kuantitatif*, ed. suwito, pertama (Jakarta: PT. Kencana, 2015).

- H5:** Terdapat pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- H6:** Terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat Berwirausah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- H7:** Terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat Berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- H8:** Terdapat pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa melalui *life skill* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- H9:** Terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat Berwirausah mahasiswa melalui *life skill* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- H10:** Terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat Berwirausaha mahasiswa melalui *life skill* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang beralamat di Jl. H.T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Kelurahan Sihitang, kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan. Adapun waktu penelitian ini dilakukan dari bulan Januari 2025 sampai April 2025.

B. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan pendekatan survei. Instrumen yang digunakan menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner disusun untuk memperoleh data- data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kuisisioner terdiri atas 3 (tiga) bagian yaitu kuesioner untuk variabel *independent*, kuesioner untuk variable *dependen*, dan kuisisioner untuk variabel *Intervening*.

Setelah kuesioner disusun, selanjutnya dilakukan penyebaran untuk pengambilan data, penyebaran kuesioner dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syeikh Ali Hasan Ahmad Ad-dary Padangsidimpuan. Setelah data diambil, dan dimasukkan ke lembar kerja. Sebagai persiapan awal pengolahan data, data-data tersebut dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas..¹⁴⁰

¹⁴⁰ Jonathan Sarwono, "Mengenal Path Analysis (Sarwono)," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* 11 (2011): 285–96.

C. Populasi Dan Sample

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti.¹⁴¹ Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang jumlahnya sebanyak 770 mahasiswa angkatan tahun 2021-2022.¹⁴² yang terdiri dari 4 Program studi yaitu Program studi Ekonomi syariah, Perbankan syariah, Akuntansi keuangan syariah dan Manajemen bisnis syariah yang sebagai subjek penelitian dengan pertimbangan bahwa mahasiswa yang telah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan, sebagaimana dapat dilihat pada table yang disajikan dibawah ini:

Table III.1 Data Mahasiswa Aktif Angkatan Tahun 2021-2022

Tahun	Perbankan Syariah	Ekonomi Syariah	Akuntansi dan Keuangan Syariah	Manajemen Bisnis Syariah
2021	136	147	46	49
2022	100	141	40	111
Jumlah	236	288	86	160
Total	770			

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti.¹⁴³ Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan

¹⁴¹ Selamet Sutomo, *Panduan Melaksanakan Penelitian*, cetakan 1 (bandung: Litera Media, 2014), <https://doi.org/9786029955217>.

¹⁴² Darwis Dasopang, "Penetapan Mahasiswa Semester Ganjil Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tahun Akademik 2024/2025" (2024).

¹⁴³ Suharsimi Arikunto, *Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, edisi revi (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2014).

sampel yang diambil dari populasi tersebut. Adapun sampel yang diambil menggunakan rumus *Taro Yamane* yaitu :¹⁴⁴

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

Dimana:

n = Ukuran sample yang dibutuhkan

N = Ukuran Populasi (total jumlah populasi)

e = Margin of error/ batas kesalahan yang dapat diterima misalnya

(0.05 untuk 5%)

$$n = \frac{770}{1 + 770(0,1)^2}$$

$$n = \frac{770}{1 + 770(0,01)^2}$$

$$n = \frac{770}{1 + 7,7}$$

$$n = \frac{770}{8,7} = 89$$

Berdasarkan perhitungan diatas bahwa sampel sebanyak 89 dari 770 populasi. Maka sampel dalam penelitian ini adalah 89 responden. Metode penelitian sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling (sampel berdasarkan tujuan). Alasan digunakan teknik ini karena sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, misalnya, mahasiswa yang aktif dalam kegiatan kewirausahaan atau menggunakan media sosial secara aktif serta fokus pada kelompok mahasiswa yang memiliki pengalaman atau pengetahuan khusus tentang kewirausahaan atau media sosial.

¹⁴⁴ Husein Umar, *Metode Penelitian Manajemen Untuk Skripsi Dan Tesis*, ed. Rajawali Pers, cetakan 1 (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

D. Instrumen Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan fenomena masalah penelitian. Penelitian setiap pertanyaan kuesioner menggunakan skala *likert* dengan lima poin. Sedangkan data sekunder digunakan untuk mendukung penelitian diperoleh dengan metode dokumentasi.

Strategi pengujian data primer menggunakan teknik penelitian lapangan, strategi pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disampaikan langsung kepada responden dengan angket. Kuesioner pemeriksaan ini menggunakan skala pengukuran sikap yaitu skala *likert* dengan cakupan skor seperti yang ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel III.2 Skala Likert

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

Pada setiap item soal disediakan 5 pilihan jawaban dengan skor nilai masing-masing, namun untuk melihat kisi-kisi angket pada setiap indikator yang terdapat pada variabel.

Tabel III.3 Kisi-Kisi Angket Minat Berwirausaha

Variabel Y	Indikator	Nomor Pernyataan
Minat Berwirausaha	1. Kreatif	1,2
	2. Pekerja keras	3,4
	3. Bersedia menanggung resiko	5

Tabel III.4 Kisi-Kisi Pemanfaatan Sosial Media

Variabel X ₁	Indikator	Nomor Pernyataan
Pemanfaatan Sosial Media	1. Partisipasi	1,2
	2. Keterbukaan	3,4
	3. Percakapan	5
	4. Saling Terhubung	6

Tabel III.5 Kisi-Kisi Angket Motivasi

Variabel X ₂	Indikator	Nomor Pernyataan
Motivasi	1. Pekerja keras	1,2
	2. Tidak pernah menyerah.	3,4

	3. Memiliki semangat	5
	4. Memiliki komitmen yang tinggi	6

Tabel III.6 Kisi-Kisi Angket Pengetahuan kewirausahaan

Variabel X ₂	Indikator	Nomor Pernyataan
Pengetahuan Kewirausahaan	1. Pendidikan	1,2
	2. Pengetahuan peran dan tanggung jawab	3,4
	3. Pengetahuantentang Kepribadian	5
	4. Pengetahuan manajemen	6

Tabel III.7 Kisi-Kisi Angket Life skill

Variabel Z	Indikator	Nomor Pernyataan
Life Skill	1. Keterampilan/ keampuan Beradaptasi	1,2,3
	2. Berperilaku positif	4,5
	3. Kecakapan	6,7

E. Uji Validitas dan Reabilitas

1) Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur.¹⁴⁵ Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur.¹⁴⁶ Hasil penelitian valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.¹⁴⁷

¹⁴⁵ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, ed. MoediaKm (Yogyakarta: MoediaKm, 2010).

¹⁴⁶ Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, ed. Media Ilmu (Kudus: Media Ilmu, 2008).

¹⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Rnd*, cetakan pertama (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013).

2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel suatu konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu-kewaktu. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan SmartPLS dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, maka nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach Alpha $> 0,06$ dan sebaliknya jika Cronbach Alpha ditemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,06$), maka dikatakan tidak reliable.¹⁴⁸

F. Teknik Analisis Data

Setelah data dari kuesioner terkumpul, selanjutnya dilakukan Analisa SEM menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) yang dilakukan melalui dua tahap, yaitu: Pertama, menilai *outer model* atau model pengukuran. Kedua, menilai *inner model* atau model struktural.¹⁴⁹

Analisa *outer model* atau *measurement model* evaluasi PLS dilakukan dengan menilai *outer model* dan *inner model*. Analisa *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran valid dan reliabel, pengujian yang dilakukan pada *outer model* terdiri dari uji *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Composite Reliability* dan Cronbach Alpha.¹⁵⁰

¹⁴⁸ Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS* (Kudus: Media Ilmu, 2008).

¹⁴⁹ Andi Mahardiyanti Rahmatussani, Syarifah Hudayah, dan Lilik Rahmawati, "Pengaruh Program Corporate Social Responcibility (CSR) Terhadap Peningkatan Brand Image, Corporate Reputation Serta Customer Loyalty pada Bankaltimra," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)* 7, No. 3 (2020).

¹⁵⁰ Ardianus Laurens Paulus dan Zharah Kusuma Wardhani, "Keunggulan Bersaing Usaha Cake dan Bakery: Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Produk," *Jurnal Manajemen* 10, No. 2 (2018): hlm. 92.

1. Analisis Model Luar (*Outer Models*)

Model tergambar hubungan antara variabel laten (konstruksi) dan indikatornya adalah model luar, sebagai berikut:

Tabel III. 8 Kriteria *Outer Model*

No.	Evaluasi	Kriteria
1	<i>Convergent Validity</i>	<i>Outer loading</i> $\geq 0,5$
	<i>Loading Factor</i>	
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	$\geq 0,5$
2	<i>Discriminant Validity</i>	
	Akar AVE > Korelasi antar Variabel	
3	Uji Reabilitas	$\geq 0,6$
	<i>Composite Reability</i>	

Berdasarkan tabel di atas, maka untuk penjelasan dapat dilihat dibawah ini sebagai berikut:

a. Pertama, *Convergent Validity*

Convergent validity adalah validitas konvergen adalah ukuran besarnya korelasi antara konstruk dan variabel laten. Evaluasi *convergent validity* dari pengecekan reliabilitas item individual, dapat dilihat dari nilai *standar loading factor*. Pengukuran (indikator) konstruk nilai *loading factor* di atas 0,70 dapat dikatakan ideal, artinya indikator tersebut dikatakan valid sebagai indikator yang mengukur konstruk. Namun, nilai faktor pemuatan *standardized loading factor* di atas 0,6 dapat diterima, sedangkan nilai di bawah 0,6 dikeluarkan dari model.¹⁵¹

b. Kedua, *Discriminant Validity*

Dievaluasi melalui *cross loading* yang kemudian membandingkan nilai AVE dengan kuadrat nilai korelasi antar konstruk (atau membandingkan akar AVE dengan korelasi antar konstruk). Ukuran *cross loading* adalah perbandingan korelasi indikator dengan konstruk dan konstruk blok lain, untuk ukuran *discriminant validity* lain, akar

¹⁵¹ Pengaruh Regiulitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri Gresik.

AVE harus lebih tinggi dari korelasi antara konstruk dan konstruk lain atau nilai AVE lebih tinggi dari kuadrat dari korelasi antara konstruksi.¹⁵²

c. Ketiga, *Composite Reliability*

Dapat dilihat dari nilai koefisien variabel laten. dari *output* tersebut, kriteria dapat dilihat dari dua hal, yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Keduanya harus layak di atas 0,70 sebagai persyaratan keandalan (*reabilitas*) walaupun 0,6 masih bisa ditoleransi.¹⁵³

2. Analisis Antar Variabel (*Inner Models*)

Analisa penilaian *inner* model atau *structural* model analisis *inner* model tujuannya untuk mengetahui keakuratan model struktural yang dibangun. Beberapa indikator yang dapat digunakan adalah koefisien determinasi (R^2) dan *predictive relevance* (Q^2).¹⁵⁴ Model struktural (*inner model*) merupakan pola hubungan variabel penelitian. Evaluasi terhadap model struktural adalah dengan melihat koefisien antar variabel dan nilai koefisien determinasi (R^2).¹⁵⁵ Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi, Koefisien Deteminasi (R^2), *Effect size* (f^2), dan *Predictive Relevance* (Q^2).¹⁵⁶

Tabel. III. 9 Kriteria Inner Models

Evaluasi	Kriteria
1. <i>Coefficient Of Determination</i> (R^2)	Baik (0,67), Moderat (0,33), Lemah (0,19),
2. <i>Effect Size</i> (f^2)	Semakin besar f^2 , semakin besar pengaruhnya.
3. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	Q^2 semakin mendekati 1, maka model dapat memprediksi berdasarkan data.

¹⁵² Ibid.

¹⁵³ Ibid.

¹⁵⁴ Epha diana Supandi and Siti S Mutmainatus, "Pengaruh Remunerasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Dengan Menggunakan *Structural Equation Modelling*," *Prisma, Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 2020, hlm. 84–89.

¹⁵⁵ Muhammad Dian Ruhamak and Yudiarto Perdana Putra, "Determinasi Revisit Intention Ditinjau Dari Destination Image Melalui Customer Satisfaction Di Kampung Inggris Pare – Kediri," *JURNAL EKBIS* 21, no. 2 (September 20, 2020): 143, doi:10.30736/je.v21i2.509.

¹⁵⁶ Muhammad Syukri dan Hinaya, "Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Anggaran Belanja Modal Kabupaten & Kota Provinsi Sulawesi Selatan," *Jurnal Of Economic, Management And Accounting* 2 Nomor 2 (September 2019).

Berdasarkan tabel yang telah disajikan di atas, maka dapat dijelaskan:

- a. *Coefficient of determination (R^2)*, nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67 (baik), 0,33 (moderat) dan 0,19 (lemah)¹⁵⁷
- b. *Effect size (f^2)*, Pengujian ini untuk memprediksi pengaruh dari variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur model. Standar pengukuran yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (menengah), dan 0,35 (besar).¹⁵⁸
- c. *Predictive Relevance (Q^2)*, pengujian ini menggunakan metode blindfolding untuk membuktikan variabel tertentu yang digunakan dalam suatu model yang memiliki keterkaitan secara prediktif (*predictive relevance*) dengan variabel lainnya dengan ambang batas pengukuran di atas nol.¹⁵⁹

a. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu statistik hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.¹⁶⁰

b. Analisis Jalur

Peneliti menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan tujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat atau menjelaskan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel eksogen dengan variabel endogen.¹⁶¹ Dalam penelitian ini, digunakan untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel pemanfaatan social media, motivasi belajar dan

¹⁵⁷ *Ibid.*,

¹⁵⁸ *Ibid.*,

¹⁵⁹ *Ibid.*,

¹⁶⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (bandung: alfabeta, 2010).

¹⁶¹ Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro, *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*, cetakan 4 (bandung: alfabeta, 2017).

pengetahuan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan *life skill* sebagai variabel intervening.

Analisis jalur merupakan bagian dari regresi yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Analisis jalur menggunakan korelasi, regresi dan jalur sehingga dapat diketahui seluruh variabel termasuk variabel intervening. Untuk menguji model, maka korelasi antar variabel dalam diagram jalur tersebut terlebih dahulu disusun secara matrik korelasi. Apabila matrik korelasi yang dihitung mendekati R^2 (R square), maka diagram jalur yang dihipotesiskan dapat diterima, namun apabila matrik hasil perhitungan menyimpang dari matrik R^2 maka diagram jalur yang telah tersusun ditolak dan diganti dengan model lain. Matrik yang dihipotesiskan dan matrik hasil perhitungan dikatakan tidak menyimpang apabila koefisien yang ada dalam diagram jalur antara yang dihipotesiskan dengan perhitungan perbedaannya tidak lebih dari 0,05.

G. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilihat dari besarnya nilai-statistik. Nilai t-test dengan cara melihat nilai *bootstrapping* menggunakan uji *two-tailed* dengan besaran signifikansi sebesar 5% yaitu untuk menguji setiap hipotesis penelitian dengan pengaruh antar variabelnya.¹⁶² Jika nilai t-test > 1,96 H_a diterima dan H_0 ditolak.

Tabel III. 10 Kriteria Pengujian Hipotesis

Evaluasi	Kriteria pengujian
Signifikansi (2-tailed)	t-value 1.65 (signifikansi level = 10%), 1.96 (signifikansi level = 5%), dan 2.58 (signifikansi level = 1%),

Sumber: Ghozali, 2016

¹⁶² Ernawati, M., Hermalini, E. H., & Sulistyowati, D. N. "Penerapan DeLone and Mclean Model untuk mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile," *IKRA-ITH Informatik*, 5, No. 18 (2021), hlm. 58-67.

Maka, dengan hal ini uji hipotesis *outer model* dengan indikator reflektif dilakukan dengan melihat nilai $t\text{-tabel} = 1,96$ dengan taraf signifikansi 5%. Namun jika, $t\text{-statistik} > t\text{-tabel}$ maka indikator reflektif valid dan reliabel sebagai pengukur konstruk.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika dalam penelitian ini, peneliti membagi pembahasan menjadi sistematika dalam penelitian ini adalah:

Bab I tentang pendahuluan menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II tentang landasan teori menjelaskan teori-teori yang melandasi penelitian dan menjadi dasar acuan teori yang relevan untuk menganalisis penelitian. Terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berpikir, dan hipotesis.

Bab III tentang metode penelitian menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan metode penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan teknik analisis data.

Bab IV tentang hasil penelitian merupakan bagian inti dari tesis yang menyajikan hasil analisis data dan pembahasan temuan penelitian. Tujuan utamanya adalah menjawab rumusan masalah dan membuktikan hipotesis atau pertanyaan penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan.

Bab V tentang bagian akhir dari tesis yang berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian, memberikan saran, dan implikasi dari temuan penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (Syahada) Padangsidimpuan, yang terletak di Jalan H.T.Rizal Nurdin KM 4,5, Sihitang, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera Utara. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu fakultas di bawah naungan UIN Syahada Padangsidimpuan yang memiliki peran penting dalam mencetak sumber daya manusia yang kompeten di bidang ekonomi syariah dan bisnis Islam. FEBI UIN Syahada memiliki beberapa program studi seperti Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Keuangan Syariah, Akuntansi Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah.¹⁶³ Lingkungan akademik di FEBI mendorong mahasiswa untuk tidak hanya memahami teori ekonomi syariah, tetapi juga memiliki kemampuan kewirausahaan dan keterampilan hidup (life skill). Hal ini sejalan dengan tantangan dunia kerja saat ini, yang menuntut lulusan untuk memiliki kemampuan berwirausaha secara mandiri. Dengan latar belakang tersebut, FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan menjadi lokasi strategis untuk mengkaji fenomena pengaruh sosial media, motivasi, dan pengetahuan terhadap penguatan minat berwirausaha dan life skill mahasiswa.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan dan yang dijadikan sebagai sampel dan populasi dalam penelitian yang berjumlah 87 sampel. Terdapat

¹⁶³<https://www.uinsyahada.ac.id/>

2 karakteristik yang digunakan seperti program studi dan semester. Untuk melihat penyajian berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

Table IV.1 Program Studi

Program Studi	Jumlah	%
Ekonomi Syariah	20	22,99 %
Perbankan Syariah	27	31,03 %
Akuntansi Syariah	13	14,94 %
Manajemen Bisnis Syariah	21	24,14 %
Manajemen Keuangan Syariah	6	6,90 %
Jumlah	87	100 %

Berdasarkan data di atas menunjukkan terdapat 87 responden, terdiri dari program studi ekonomi syariah dengan jumlah 20 mahasiswa dengan persentase 22,99%, program studi perbankan syariah sebanyak 27 mahasiswa dengan persentase 31,03%, program akuntansi syariah sebanyak 13 mahasiswa dengan persentase 14,94%, program studi manajemen bisnis syariah sebanyak 21 mahasiswa dengan persentase 24,14%, program studi manajemen keuangan syariah sebanyak 6 mahasiswa dengan persentase 6,90%, sehingga total keseluruhan 87 dengan persentase 100 %.

Table IV.2 Semester

Semester	Jumlah	%
VI	65	74,71 %
VIII	22	25,29 %
Jumlah	87	100 %

Berdasarkan data di atas menunjukkan terdapat 87 responden, terdiri untuk responden yang terdapat di semester VI sebanyak 65 mahasiswa dengan persentase 74,71 %, responden di semester VIII sebanyak 22 mahasiswa dengan persentase 25,29%.

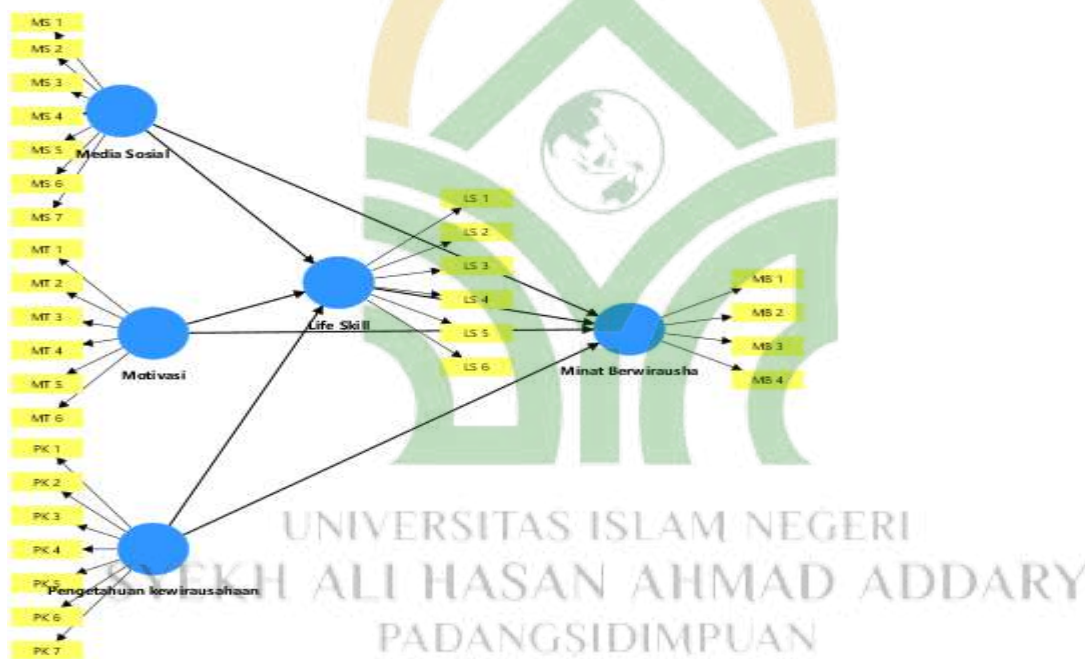
B. Pengujian Persyaratan Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Analisis Inferensial

Uji inferensial merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menarik kesimpulan atau membuat prediksi tentang suatu populasi berdasarkan data yang diambil dari sampel.

Tujuannya adalah untuk menentukan apakah hasil yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasi/berlaku ke seluruh populasi/kelompok yang lebih besar. Analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4, yang menerapkan metode *Partial Least Squares* (PLS) dan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varians. PLS merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam model yang kompleks, sementara SEM digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel-variabel yang terlibat. Gambar dibawah ini merupakan model variabel laten yang akan dianalisis dalam penelitian ini.

Gambar IV. 1. Model Laten Variabel Penelitian



Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Terdapat 2 tahapan yang dilakukan dalam pengujian model penelitian yaitu Outer Model dan Inner Model. Outer model berfokus pada validitas dan reliabilitas indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten, dengan pengujian *Convergent Validity* dan *Construct Reliability*. Inner Model berfokus pada hubungan antar variabel laten dan pengujian kekuatan

serta signifikansi hubungan tersebut, dengan pengujian seperti R^2 , koefisien jalur dan signifikansi jalur.

2. Hasil Uji Outer Model

Outer Model berfokus pada hubungan antara variabel laten dan indikator. Pengujian pada outer model bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel laten memiliki validitas dan reliabilitas yang baik. Ada tiga jenis pengujian utama pada outer model yaitu *Covergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Construct Reliability*.

a. Convergent Validity

Convergent Validity memiliki dua kriteria nilai yang dapat di evaluasi, yaitu menggunakan nilai *loading factor* atau nilai *Average Variance Extracted (AVE)*.

1) Nilai Loading Vector

Output hasil estimasi *Loading Factor* dari korelasi antara skor indikator (instrumen) dengan konstruksya (variabel). Indikator dianggap valid jika memiliki nilai korelasi di atas 0,7 atau 0,6 sudah di anggap cukup. Apabila ada indikator yang tidak memenuhi syarat ini maka harus di buang. Adapun hasil *Covergent Validity* dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel IV. 3 Hasil Outer Loading Uji Covergent Validity

Variabel	Indicator	Loading Factor	keterangan
Minat Berwirausaha	Y1	0.895	Valid
	Y2	0.863	Valid
	Y3	0.891	Valid
	Y4	0.753	Valid
Life Skill	Z1	0.887	Valid
	Z2	0.749	Valid
	Z3	0.889	Valid
	Z4	0.864	Valid
	Z5	0.839	Valid
	Z6	0.794	Valid
Media Sosial	X1.1	0.721	Valid
	X1.2	0.788	Valid
	X1.3	0.868	Valid
	X1.4	0.852	Valid
	X1.5	0.754	Valid
	X1.6	0.83	Valid
	X1.7	0.73	Valid

Motivasi	X2.1	0.843	Valid
	X2.2	0.831	Valid
	X2.3	0.894	Valid
	X2.4	0.898	Valid
	X2.5	0.857	Valid
	X2.6	0.911	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan	X3.1	0.871	Valid
	X3.2	0.873	Valid
	X3.3	0.901	Valid
	X3.4	0.925	Valid
	X3.5	0.908	Valid
	X3.6	0.886	Valid
	X3.7	0.875	Valid

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui semua indikator telah menunjukkan nilai *outer loading* di atas 0,7 sehingga semua indikator dapat dinyatakan valid sebagai pengukuran variable latennya. Setelah setiap indikator pada model yang telah dibuat sudah dinyatakan valid, maka evaluasi yang akan dilakukan selanjutnya pada uji *convergent validity* yaitu dengan melihat nilai AVE pada setiap variabel latennya.

Hal ini mengindikasikan bahwa indikator pernyataan yang digunakan berhasil mengukur korelasi antara skor indikator pernyataan dengan konstruksya variabel, sehingga mendukung validitas konstruk model pengukuran.

2) Average Variance Extracted (AVE)

Output hasil estimasi *average variance extracted* (AVE) dapat dilihat pada dibawah ini.

Variabel dikatakan valid jika memiliki nilai *average variance extraxted* (AVE) > 0,5.

Tebel IV. 4 Kolom Hasil AVE Uji Convergent Validity

Variable	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Life Skill	0.703	Valid
Media Sosial	0.63	Valid
Minat Berwirausha	0.727	Valid
Motivasi	0.762	Valid
Pengetahuan kewirausahaan	0.795	Valid

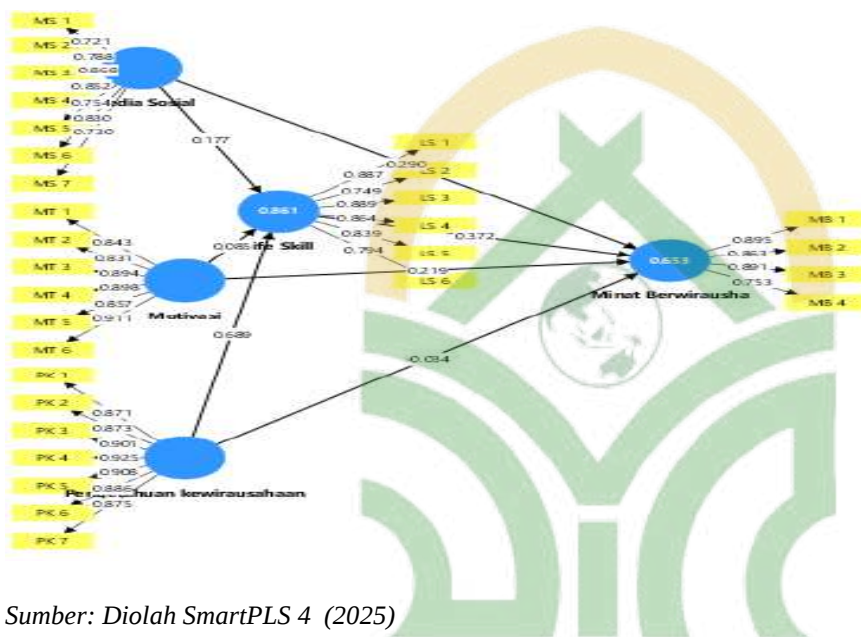
Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

b. Discriminant Validity

1) Cross Loading

Indikator pernyataan dinyatakan valid jika hubungan indikator pernyataan dengan konstruksya variabel (nilai *cross loading*) lebih tinggi dibandingkan dengan hubungannya dengan konstruk yang lain. Berikut ini hasil pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS versi 4 dengan hasil *cross loading* sebagaimana gambar dan tabel dibawah ini.

Gambar IV.2 Output Model PLS SEM Algoritm



Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Tabel IV.5 Hasil Cross Loading Uji Discriminant Validity tahap 1

Instrumen	Life Skill	Media Sosial	Minat Berwirausaha	Motivasi	Pengetahuan kewirausahaan	keterangan
LS 1	0.887	0.799	0.745	0.833	0.871	valid
LS 2	0.749	0.733	0.515	0.714	0.753	valid
LS 3	0.889	0.764	0.755	0.802	0.857	valid
LS 4	0.864	0.723	0.601	0.673	0.73	valid
LS 5	0.839	0.671	0.668	0.617	0.735	valid
LS 6	0.794	0.647	0.6	0.631	0.672	valid
MB 1	0.759	0.72	0.895	0.699	0.756	valid
MB 2	0.618	0.619	0.863	0.618	0.617	valid
MB 3	0.696	0.748	0.891	0.726	0.69	valid
MB 4	0.562	0.506	0.753	0.509	0.515	valid
MS 1	0.607	0.721	0.413	0.545	0.614	Tidak valid

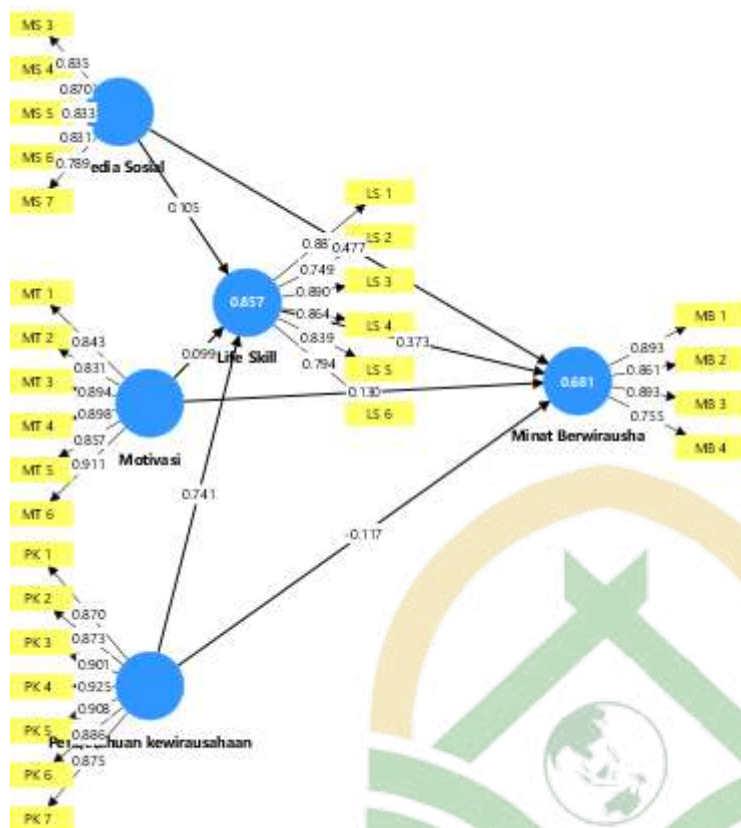
MS 2	0.668	0.788	0.477	0.591	0.648	Tidak valid
MS 3	0.761	0.868	0.701	0.683	0.782	valid
MS 4	0.728	0.852	0.671	0.754	0.764	valid
MS 5	0.694	0.754	0.752	0.686	0.71	valid
MS 6	0.719	0.83	0.609	0.785	0.764	valid
MS 7	0.598	0.73	0.577	0.7	0.64	valid
MT 1	0.626	0.649	0.592	0.843	0.667	valid
MT 2	0.677	0.65	0.571	0.831	0.703	valid
MT 3	0.715	0.746	0.647	0.894	0.74	valid
MT 4	0.801	0.801	0.719	0.898	0.847	valid
MT 5	0.788	0.795	0.662	0.857	0.84	valid
MT 6	0.832	0.826	0.741	0.911	0.863	valid
PK 1	0.787	0.795	0.572	0.748	0.871	valid
PK 2	0.806	0.751	0.614	0.721	0.873	valid
PK 3	0.822	0.8	0.755	0.83	0.901	valid
PK 4	0.835	0.822	0.689	0.815	0.925	valid
PK 5	0.826	0.814	0.68	0.849	0.908	valid
PK 6	0.8	0.809	0.717	0.808	0.886	valid
PK 7	0.876	0.771	0.726	0.812	0.875	valid

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa output nilai untuk variabel pemanfaatan media sosial memiliki dua pernyataan dengan nilai **0,413** dan **0,477** < nilai *Outer loading* 0,50.

Selanjutnya adalah apabila terdapat beberapa indikator tidak memiliki syarat harus dikeluarkan dari perhitungan secara bertahap dimulai dengan indikator yang memiliki nilai *outer loading* terkecil, dikarenakan setiap indikatornya menyebabkan nilai *outer loading* atau nilai yang terdapat pada korelasi indikator bertambah. Selanjutnya dilakukan perhitungan ulang dengan PLS *algorithm* dan akan menunjukkan hasil seperti yang terdapat pada tabel dan gambar berikut.

Gambar IV.3 Output Model PLS SEM Algoritm



Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Tabel IV.6 Hasil Cross Loading Uji Discriminant Validity tahap 2

Instrumen	Life Skill	Media Sosial	Minat Berwirausaha	Motivasi	Pengetahuan kewirausahaan	keterangan
LS 1	0.887	0.786	0.744	0.833	0.871	valid
LS 2	0.749	0.701	0.516	0.714	0.753	valid
LS 3	0.89	0.761	0.755	0.802	0.857	valid
LS 4	0.864	0.686	0.601	0.673	0.73	valid
LS 5	0.839	0.667	0.668	0.617	0.735	valid
LS 6	0.794	0.636	0.599	0.631	0.672	valid
MB 1	0.759	0.726	0.893	0.698	0.756	valid
MB 2	0.618	0.629	0.861	0.618	0.617	valid
MB 3	0.696	0.8	0.893	0.726	0.69	valid
MB 4	0.562	0.544	0.755	0.509	0.515	valid
MS 3	0.761	0.835	0.7	0.683	0.782	valid
MS 4	0.728	0.87	0.672	0.754	0.764	valid
MS 5	0.694	0.833	0.753	0.686	0.71	valid
MS 6	0.719	0.831	0.61	0.785	0.764	valid
MS 7	0.598	0.789	0.579	0.7	0.64	valid

MT 1	0.626	0.694	0.593	0.843	0.667	valid
MT 2	0.677	0.677	0.572	0.831	0.703	valid
MT 3	0.715	0.765	0.647	0.894	0.74	valid
MT 4	0.801	0.8	0.72	0.898	0.847	valid
MT 5	0.788	0.77	0.661	0.857	0.84	valid
MT 6	0.832	0.809	0.741	0.911	0.863	valid
PK 1	0.787	0.741	0.571	0.748	0.87	valid
PK 2	0.806	0.702	0.613	0.721	0.873	valid
PK 3	0.822	0.808	0.755	0.83	0.901	valid
PK 4	0.835	0.832	0.689	0.815	0.925	valid
PK 5	0.826	0.821	0.68	0.849	0.908	valid
PK 6	0.8	0.807	0.717	0.808	0.886	valid
PK 7	0.876	0.789	0.726	0.812	0.875	valid

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Setelah dilakukan uji tahap 2 Nilai *Cross Loading* untuk variabel minat berwirausaha, pemanfaatan media sosial, motivasi, pengetahuan kewirausahaan dan *life skill* memiliki nilai korelasi antar indikator (instrumen) dengan konstruknya (variabel) > indikator (instrumen) pada konstruk (variabel) lainnya. Hasil uji *convergent validity* dan *discriminant validity* menunjukkan angka yang konsisten, dengan semua indikator dinyatakan valid. Hal ini mengindikasikan bahwa model yang digunakan memiliki kecocokan yang baik dan mampu membedakan antara konstruk yang berbeda secara efektif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini valid.

2) *Latent Variable Correlation*

Latent variable correlation adalah bagian dari langkah- langkah untuk memeriksa *discriminant validity*, melihat seberapa besar hubungan antar konstruk dalam model. Korelasi yang tinggi antara konstruk dapat menunjukkan masalah diskriminasi validitas dan multikolinearitas. Output hasil estimasi pada tabel dibawah ini.

Tabel IV.7 Nilai *Latent variable correlation*, AVE dan akar kuadrat AVE

Variabel	Life Skill	Media Sosial	Minat Berwirausaha	Motivasi	Pengetahuan kewirausahaan	AVE	$\sqrt{\text{AVE}}$	Keterangan
Life Skill	1.000	0.745	0.779	0.754	0.923	0.703	$\sqrt{0.839}$	valid
Media Sosial	0.745	1.000	0.801	0.866	0.883	0.692	$\sqrt{0.832}$	valid
Minat Berwirausaha	0.779	0.801	1.000	0.756	0.764	0.727	$\sqrt{0.853}$	valid
Motivasi	0.754	0.866	0.756	1.000	0.896	0.762	$\sqrt{0.873}$	valid
Pengetahuan kewirausahaan	0.923	0.883	0.764	0.896	1.000	0.795	$\sqrt{0.892}$	valid

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Nilai *latent variable correlation* dapat dilihat dengan membandingkan nilai $\sqrt{\text{AVE}}$. Nilai akar AVE harus lebih besar dari nilai korelasi antar variabel laten pada baris atau kolom yang sama. Jika hasilnya lebih besar maka diskriminan validitas terpenuhi. Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa:

Life skill ($\sqrt{\text{AVE}} = 0,838$): dengan nilai korelasinya (1,000, 0,745, 0,779, 0,754) lebih kecil dari 0,8118, maka dapat disimpulkan valid.

a) Media sosial ($\sqrt{\text{AVE}} = 0,831$): dengan nilai korelasinya (0,745, 1,000, 0,801, 0,866, 0,883) lebih besar dari 0,831, maka dapat disimpulkan valid.

b) Minat berwirausaha ($\sqrt{\text{AVE}} = 0,852$): dengan nilai korelasinya (0,779, 0,801, 1,000, 0,896, 0,762) maka dapat disimpulkan valid.

c) Motivasi ($\sqrt{\text{AVE}} = 0,873$): dengan nilai korelasinya (0,754, 0,866, 0,756, 1,00, 0,896, 0,762) maka dapat disimpulkan valid.

d) Pengetahuan kewirausahaan ($\sqrt{\text{AVE}} = 0,892$): dengan nilai korelasinya (0,923, 0,883, 0,764, 0,896, 1,000, 0,795) lebih kecil dari 0,892 maka dapat disimpulkan valid.

3) *Fornell-Larcker*

Fornell-larcker digunakan secara efektif untuk memeriksa apakah konstruk dalam model PLS memiliki diskriminasi yang baik. Jika $\sqrt{AVE}$ lebih besar dari nilai korelasi di baris yang sama, maka keterangan adalah valid, sedangkan jika $\sqrt{AVE}$ tidak lebih besar dari nilai korelasi di baris yang sama maka keterangan adalah tidak valid. Hal ini menunjukkan bahwa model pengukuran valid dalam membeakan antara konstruk yang berbeda.

Tabel IV. 8 Uji *Fornell-Larcker*

Variabel	Life Skill	Media Sosial	Minat Berwirausha	Motivasi	Pengetahuan kewirausahaan	keterangan
Life Skill	0.839					valid
Media Sosial	0.745	0.832				valid
Minat Berwirausha	0.779	0.801	0.853			valid
Motivasi	0.754	0.866	0.756	0.873		valid
Pengetahuan kewirausahaan	0.923	0.883	0.764	0.896	0.892	valid

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa: Life Skill memiliki $\sqrt{AVE}$ sebesar 0.839, lebih tinggi dari korelasinya dengan Media Sosial (0.745), Minat Berwirausaha (0.779), Motivasi (0.754), dan Pengetahuan Kewirausahaan (0.923). (valid), Media Sosial memiliki $\sqrt{AVE}$ sebesar 0.832, lebih tinggi dari korelasi dengan konstruk lainnya. (valid), Minat Berwirausaha memiliki $\sqrt{AVE}$ 0.853, lebih tinggi dari korelasi dengan konstruk lainnya. (valid), Motivasi memiliki $\sqrt{AVE}$ 0.873, lebih besar dari korelasi dengan konstruk lain. (valid), Pengetahuan Kewirausahaan memiliki $\sqrt{AVE}$ 0.892, melebihi semua korelasi dengan konstruk lain. (valid)

Dengan demikian, seluruh variabel memenuhi kriteria validitas diskriminan, artinya setiap konstruk dalam model mampu membedakan dirinya secara jelas dari konstruk lain.

c. *Construct Reliability*

Construct reliability adalah analisis dengan menggunakan salah satu dari dua cara yaitu dengan menganalisis nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Kedua cara ini merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel.

1) *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha adalah indikator penting dalam menguji reliabilitas variabel dalam model PLS-SEM. Nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi menunjukkan bahwa konstruk variabel tersebut diukur dengan baik dan konsisten untuk validitas pengukuran dalam analisis PLS. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* rendah, ini dapat mengindikasikan bahwa indikator pernyataan yang digunakan tidak cukup reliabel dan perlu diperbaiki atau diganti.

Table IV.9 Nilai *Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's alpha	keterangan
Life Skill	0.915	reliable
Media Sosial	0.889	reliable
Minat Berwirausaha	0.874	reliable
Motivasi	0.937	reliable
Pengetahuan kewirausahaan	0.957	reliable

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* untuk konstruk atau variabel life skill sebesar 0,915, media sosial sebesar 0,889, minat berwirausaha 0,874, motivasi sebesar 0,937 dan pengetahuan kewirausahaan sebesar 0.957. Semua nilai *Cronbach's Alpha* tersebut berada $\geq 0,70$, sehingga semua variabel memiliki reliabilitas yang baik.

2) *Composite Reliability*

Composite reliability digunakan untuk memastikan konsistensi internal dari indikator-indikator yang membentuk variabel laten. Dalam smart PLS, Composite Reliability adalah alat utama untuk mengukur reliabilitas dan nilai $CR \geq 0,70$ dianggap memenuhi standar untuk penelitian.

Table IV. 10 Composite Reliability

Variabel	Composite reliability (rho_c)	Keterangan
Life Skill	0.934	reliable
Media Sosial	0.918	reliable
Minat Berwirausaha	0.914	reliable
Motivasi	0.95	reliable
Pengetahuan kewirausahaan	0.964	reliable

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Nilai life skill > 0.9 menandakan reliabilitas sangat tinggi. instrumen pengukur life skill sangat konsisten dan stabil. nilai media sosial > 0.9 menunjukkan konsistensi internal yang kuat dalam pengukuran pemanfaatan media sosial. minat berwirausaha termasuk dalam kategori sangat baik. instrumen secara konsisten mengukur minat berwirausaha. motivasi sangat reliable nilai mendekati sempurna, menunjukkan bahwa konstruk motivasi diukur dengan sangat baik. pengetahuan kewirausahaan sangat reliable merupakan nilai tertinggi. menunjukkan bahwa item-item dalam konstruk ini memiliki konsistensi yang luar biasa dalam mengukur pengetahuan kewirausahaan sehingga semua variabel memiliki reliabilitas yang baik.

d. Uji Mode Fit

Uji mode fit dilakukan dengan melihat hasil estimasi output SmartPLS versi 4.0 dibandingkan dengan kriteria seperti penjelasan pada tabel berikut χ^2

Table IV. 11 Hasil Uji Mode Fit

Parameter	Rule of Thumb	Nilai Parameter	Ket.
SRMR	Lebih kecil dari 0,10	0.072	Fit
d_ ULS	> 0.05	2.106	Fit
d_ G	> 0.05	2.305	Fit
Chi-square	χ^2 statistik $\geq \chi^2$ tabel	931.134 $\geq$ 41.337	Fit
NFI	Mendekati nilai 1	0.706	Fit
GoF	0.1 (GOF kecil), 0.25 (GOF Moderate), 0.36 (GOF kuat)	0,857	Gof Kuat

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel uji model fit yang telah dilakukan dalam penelitian ini didapatkan data bahwa model ini dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel laten dengan keyakinan bahwa model mencerminkan data secara akurat dan memiliki kemampuan prediktif yang relevan:

- 1) SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*): Nilai SRMR sebesar 0,072, yang lebih kecil dari batas maksimum 0.10, menunjukkan bahwa model memiliki kesesuaian yang baik antara data yang diamati dan model yang dihipotesiskan. Artinya, perbedaan antara matriks kovarians yang diobservasi dan matriks kovarians model adalah kecil, sehingga model dianggap fit.
- 2) d-ULS (*Unweighted Least Squares Discrepancy*): Nilai d-ULS sebesar 2,106, yang lebih besar dari batas 0.05, menunjukkan bahwa struktur model tidak memiliki penyimpangan yang signifikan dan dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa model mendekati hubungan ideal yang diharapkan dari data.
- 3) d-G (*Geodesic Discrepancy*): Nilai d-G sebesar 2.305, yang juga lebih besar dari batas 0.05, menunjukkan bahwa model memiliki kesesuaian global yang baik, dan hubungan dalam model tidak menunjukkan perbedaan signifikan dibandingkan dengan data yang sebenarnya.
- 4) *Chi-Square*: Nilai statistik *Chi-Square* sebesar 931.134 lebih besar dari nilai tabel *Chi-Square* (41.337), yang berarti model dinyatakan fit. Ini menunjukkan bahwa model secara signifikan sesuai dengan data sampel, dan struktur model dapat menjelaskan hubungan antar variabel dengan baik.
- 5) NFI (*Normed Fit Index*): Nilai NFI sebesar 0.706, yang mendekati nilai ideal 1, menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang cukup baik

meskipun tidak optimal. Hal ini menunjukkan bahwa model masih dapat diterima untuk menggambarkan data.

- 6) GoF (*Goodness of Fit*): Nilai GoF sebesar 0,857, yang berada di atas 0,25, menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian global yang sangat baik. Nilai ini menempatkan model dalam kategori goodness of fit moderate, yang berarti model sesuai untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten dalam penelitian.

3. Hasil Uji *Inner Model*

Inner model dalam PLS-SEM menggambarkan hubungan antar variabel laten dan dievaluasi untuk melihat kekuatan serta signifikansi hubungan tersebut. Evaluasinya mencakup tiga aspek utama: Signifikansi hubungan (Pengujian Hipotesis), *R Square* dan *Effect Size*.

a. R-Square (R^2)

R square dalam PLS-SEM mengukur seberapa baik variabel independen laten dalam model dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen laten. Nilai R^2 menunjukkan kekuatan prediktif model secara keseluruhan. Nilai R^2 berkisar dari 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan model yang lebih baik dalam menjelaskan variansi. Berikut nilai *R Square* dalam analisis ini.

Table IV. 12 Hasil uji R-square

Var. Dependen	R-square	R-square adjusted
Life Skill	0.857	0.852
Minat Berwirausaha	0.681	0.665

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai *R Square* nilai R^2 Life Skill = 0.857 → model memiliki daya penjelas yang sangat kuat terhadap variabel Life Skill. Nilai R^2 Minat Berwirausaha = 0.681 → model memiliki daya penjelas yang kuat terhadap Minat Berwirausaha. Perbedaan antara R^2 dan R^2 adjusted sangat kecil (kurang dari 0.01–0.02), menunjukkan bahwa model stabil dan tidak overfit terhadap data.

Artinya, model penelitian ini cukup efektif dalam menjelaskan dan memprediksi Life Skill dan Minat Berwirausaha berdasarkan variabel-variabel bebas yang digunakan.

b. Signifikansi (Pengujian Hipotesis)

Uji signifikansi hubungan dalam PLS-SEM dilakukan untuk menentukan apakah hubungan antar variabel laten dalam model dapat dianggap signifikan secara statistik. Proses ini biasanya menggunakan teknik *bootstrapping*, di mana data di-resampling untuk menghitung nilai koefisien jalur (*path coefficient*) dan kesalahan standarnya. Hasilnya dilaporkan dalam bentuk nilai t-statistic atau p-value. Sebuah hubungan dianggap signifikan jika p-value lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan (dalam penelitian ini penggunaan signifikansi 0,05). Koefisien jalur yang signifikan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen laten memiliki dukungan statistik yang kuat, sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima. Berikut hasil *bootstrapping* model penelitian *direct effect* dan *indirect effect*.

Table IV.13 Hasil *Path Coefficient bootstrapping direct effect*

Koefisien Jalur	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Life Skill -> Minat Berwirausaha	0.373	0.377	0.153	2.444	0.007
Media Sosial -> Life Skill	0.105	0.11	0.094	1.114	0.133
Media Sosial -> Minat Berwirausaha	0.477	0.481	0.154	3.099	0.001
Motivasi -> Life Skill	0.099	0.094	0.14	0.707	0.240
Motivasi -> Minat Berwirausaha	0.130	0.149	0.204	0.635	0.263
Pengetahuan kewirausahaan -> Life Skill	0.741	0.74	0.146	5.084	0
Pengetahuan kewirausahaan -> Minat	-0.117	-0.14	0.211	0.556	0.289

Berwirausaha					
---------------------	--	--	--	--	--

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

1) Pengaruh *Life Skill* terhadap Minat Berwirausaha

Hasil menunjukkan bahwa nilai koefisien: 0.373, nilai T statistik: 2.444, dan nilai P value: 0.007. Artinya, semakin tinggi keterampilan hidup (*life skill*) mahasiswa, maka semakin besar pula minat mereka untuk berwirausaha. *Life skill* menjadi faktor penting dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa, karena meliputi kemampuan mengelola diri, memecahkan masalah, dan menjalin relasi sosial yang dibutuhkan dalam dunia usaha.

2) Pengaruh Media Sosial terhadap *Life Skill*

Hasil menunjukkan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *life skill* dengan nilai koefisien (pengaruh) sebesar 0,105, T statistik 1,114 (<1.96), dan P value 0,133 (>0.05). Artinya media sosial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli ulang.

Walaupun media sosial sangat populer di kalangan mahasiswa, penggunaannya belum terbukti mampu meningkatkan keterampilan hidup secara signifikan. Ini bisa disebabkan karena penggunaan media sosial lebih banyak untuk hiburan, bukan pengembangan diri.

3) Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Hasil menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan *life skill* dengan nilai koefisien (pengaruh) sebesar 0,477, T statistik 3,099 (>1.96), dan P value 0,001 (< 0.05). Artinya kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien pengaruh sebesar 0,345, yang berarti arah hubungan bersifat positif.

Dengan nilai Koefisien: 0.477, T statistik: 3.099, P value: 0.001. Ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara langsung dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Media sosial dapat memberikan inspirasi bisnis, informasi tren pasar, peluang promosi, dan akses terhadap komunitas wirausaha.

4) Pengaruh Motivasi terhadap *Life Skill*

Hasil menunjukkan bahwa motivasi tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *life skill* dengan nilai koefisien (pengaruh) 0,099, T statistik 0,707 (>1.96), dan P value 0,240 (< 0.05). Artinya motivasi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *life skill*.

Artinya, motivasi internal mahasiswa belum cukup kuat untuk secara langsung mendorong keterampilan hidup atau minat berwirausaha. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki keinginan, tetapi belum didukung oleh faktor eksternal, seperti pelatihan atau lingkungan yang mendukung.

5) Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

Hasil menunjukkan bahwa motivasi tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai koefisien (pengaruh) 0,130, T statistik 0,635 (>1.96), dan P value 0,263 (< 0.05). Artinya motivasi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Artinya, motivasi internal mahasiswa belum cukup kuat untuk secara langsung mendorong keterampilan hidup atau minat berwirausaha. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki keinginan, tetapi belum didukung oleh faktor eksternal, seperti pelatihan atau lingkungan yang mendukung.

6) Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap *life skill* dengan nilai koefisien (pengaruh) sebesar 0,741, T statistik 5,084 (>1.96), dan P value 0,000 (< 0.05). Artinya, semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi pula keterampilan hidupnya. Pengetahuan ini mencakup pemahaman tentang manajemen usaha, pemasaran, dan perencanaan bisnis yang melatih kemampuan berpikir kritis dan adaptasi.

7) Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai koefisien (pengaruh) sebesar -0,117, T statistik 0,556 (< 1.96), dan P value 0,289 (< 0.05).

Meskipun mahasiswa memahami konsep kewirausahaan, hal itu tidak serta-merta membuat mereka langsung tertarik untuk berwirausaha. Ini menunjukkan bahwa pengetahuan saja tidak cukup—diperlukan faktor lain seperti keterampilan praktis (life skill) agar pengetahuan tersebut termotivasi menjadi tindakan nyata.

c. Hasil *bootsrtapping* efek tidak langsung (*indirect effect*)

Hasil *bootsrtapping* efek tidak langsung (*indirect effect*) dapat dilihat pada tabel di bawah.

Table IV.14 Hasil Path Coefficient *bootsrtapping* (*indirect effect*)

Koefisien Jalur	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values	Ket.
Media Sosial -> Life Skill -> Minat Berwirausaha	0.039	0.044	0.044	0.892	0.186	Terbukti
Motivasi -> Life Skill -> Minat Berwirausaha	0.037	0.033	0.060	0.612	0.270	Terbukti
Pengetahuan kewirausahaan -> Life Skill -> Minat Berwirausaha	0.277	0.279	0.131	2.109	0.018	Terbukti

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

a) Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Life Skill

Berdasarkan hasil analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan *Partial Least Squares* (PLS), ditemukan T-statistik = 0,892, yang lebih kecil dari 1,96. Ini menunjukkan bahwa hubungan antara konstruk yang diuji tidak signifikan menurut pengujian T-statistik, karena nilai T-statistik ini jauh di bawah nilai ambang batas 1,96. Namun, p-value = 0,186 yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk signifikan secara statistik. Terjadi perbedaan antara T-statistik dan P-value T-statistik rendah (0,892) tetapi p-

value signifikan (0,186) bisa terjadi karena adanya perbedaan dalam cara kedua nilai ini dihitung.

T-statistik lebih mengandalkan nilai koefisien jalur dan error standar untuk menghitung apakah hubungan antar konstruk lebih besar daripada nilai yang bisa terjadi secara kebetulan. Jika T-statistik rendah, ini berarti hubungan tersebut mungkin tidak cukup kuat atau efeknya kecil, meskipun ada hubungan yang signifikan secara statistik.

P-value dihasilkan dari bootstrapping yang digunakan dalam SEM PLS untuk mengukur distribusi sampel yang berbeda-beda dan tingkat ketidakpastian dalam data. Meskipun T-statistik menunjukkan efek yang lemah atau tidak signifikan, p-value masih bisa menunjukkan bahwa hubungan tersebut mungkin cukup signifikan secara statistik dalam konteks distribusi sampel yang diuji.

Jadi dapat disimpulkan T-statistik rendah (0,892) menunjukkan bahwa hubungan antara konstruk dalam model tidak cukup kuat atau tidak signifikan, karena nilai ini jauh lebih kecil dari ambang batas 1,96. Namun, p-value (0,186) yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk masih signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0,05, meskipun T-statistik menunjukkan efek yang lemah.

Meskipun p-value menunjukkan signifikansi, T-statistik rendah menyarankan bahwa hubungan antar konstruk tersebut mungkin tidak cukup kuat. Oleh karena itu, meskipun hubungan tersebut diterima berdasarkan p-value, peneliti perlu memperhatikan efek lemah yang diindikasikan oleh T-statistik yang rendah.

Dan peneliti selanjutnya mungkin bisa mempertimbangkan untuk mengevaluasi kembali model dan data untuk memastikan bahwa hubungan tersebut valid dan signifikan dalam konteks yang lebih luas, dan apakah ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan tersebut.

b) Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha melalui *Life Skill*

Nilai T-statistik sebesar 0,612 dan p-value sebesar 0,270 menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara variabel norma subjektif dengan kepuasan konsumen. Nilai T-statistik yang lebih kecil dari ambang batas kritis (biasanya 1,96 untuk $\alpha = 0,05$) dan p-value yang lebih besar dari 0,05 mengindikasikan bahwa pengaruh langsung dari motivasi terhadap *life skill* tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%.

Namun, nilai p-value yang mendekati 0,05 (yaitu 0,270) menunjukkan adanya kecenderungan hubungan yang positif antara motivasi dan *life skill*. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun hubungan tersebut tidak signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%, terdapat indikasi bahwa pengaruh lain dari orang lain dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, meskipun efeknya tidak cukup kuat untuk diterima sebagai bukti yang signifikan. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa meskipun pengaruh langsung motivasi terhadap *life skill* tidak signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%, terdapat indikasi bahwa faktor lain dari orang lain dapat mempengaruhi tingkat *life skill*. Namun, untuk memastikan temuan ini, diperlukan penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar dan metodologi yang lebih kuat.

c) Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui *Life Skill*

Nilai T-statistik sebesar 2.109 dan p-value sebesar 0,018 menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan antara variabel sikap dengan kepuasan konsumen. Nilai T-statistik yang lebih besar dari ambang batas kritis (biasanya 1,96 untuk $\alpha = 0,05$) dan p-value yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa pengaruh langsung dari pengetahuan kewirausahaan terhadap *life skill* cukup kuat untuk dianggap signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%.

Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan pentingnya pengetahuan mahasiswa dalam membentuk kemampuan hidup mereka. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu memperhatikan dan memberikan tambahan pengetahuan kewirausahaan mahasiswa untuk meningkatkan keterampilan hidup mereka, yang pada akhirnya dapat mendorong minat mereka dalam berwirausaha.

d. Effect Size (f^2)

Effect size (f^2) digunakan untuk mengevaluasi dampak spesifik variabel independen terhadap prediksi variabel dependen. Pengukuran ini dilakukan dengan melihat perubahan nilai R^2 setelah variabel independen tertentu dihilangkan dari model. Nilai f^2 diinterpretasikan sebagai kecil jika kurang dari 0,02, sedang jika antara 0,02 dan 0,15, dan besar jika lebih dari 0,35. Dengan menghitung f^2 , peneliti dapat mengidentifikasi variabel independen mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen dalam model, sehingga memberikan wawasan lebih dalam tentang dinamika hubungan antar variabel laten.

Table IV.15 Hasil Uji Effect Size (f^2)

Variabel	Life Skill	Media Sosial	Minat Berwirausaha	Motivasi	Pengetahuan kewirausahaan
Life Skill			0.062		
Media Sosial	0.015		0.135		
Minat Berwirausaha					
Motivasi	0.012		0.009		
Pengetahuan kewirausahaan	0.583		0.004		

Sumber: Diolah SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) *Life skill* terhadap minat berwirausaha : Nilai (f^2) untuk jalur ini adalah 0.062. Ini adalah nilai yang sangat kecil, yang menunjukkan bahwa kepuasan *life skill* memiliki pengaruh yang kecil terhadap niat minat berwirausaha. Meskipun *life skill* penting, namun pengaruh langsungnya terhadap niat membeli ulang tidak terlalu signifikan.

- 2) Media sosial terhadap *life skill*: Nilai (f^2) untuk jalur ini adalah 0,015. Ini adalah nilai yang menunjukkan pengaruh sangat kecil. Media sosial dapat memberikan dampak yang kecil dalam meningkatkan *life skill* pada gilirannya mempengaruhi minat berwirausaha.
- 3) Media sosial terhadap minat berwirausaha: Nilai (f^2) untuk jalur ini adalah 0.135. Ini adalah nilai yang sedang, yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang sedang terhadap minat berwirausaha. Meskipun media sosial penting, namun. Pengaruh langsungnya terhadap minat berwirausaha cukup signifikan.
- 4) Motivasi terhadap *life skill*: Nilai (f^2) untuk jalur ini adalah 0,012. Ini adalah nilai yang menunjukkan pengaruh kecil. motivasi dapat memberikan dampak yang tidak terlalu signifikan dalam meningkatkan *life skill* pada gilirannya mempengaruhi minat berwirausaha.
- 5) Motivasi terhadap minat berwirausaha: Nilai (f^2) untuk jalur ini adalah 0,009. Ini adalah nilai yang kecil menunjukkan motivasi dapat memberikan dampak yang cukup signifikan dalam meningkatkan minat berwirausaha.
- 6) Pengetahuan kewirausahaan terhadap *life skill*: Nilai (f^2) untuk jalur ini adalah 0,583. Ini adalah nilai yang menunjukkan pengaruh besar. Pengetahuan kewirausahaan dapat memberikan dampak yang besar dan signifikan dalam meningkatkan *life skill* pada gilirannya mempengaruhi niat membeli ulang yang besar.
- 7) Pengetahuan terhadap minat berwirausaha: Nilai (f^2) untuk jalur ini adalah 0,004. Ini adalah nilai yang menunjukkan pengaruh yang sangat kecil. Pengetahuan kewirausahaan dapat memberikan dampak yang kecil dan tidak terlalu signifikan

dalam meningkatkan minat berwirausaha pada gilirannya mempengaruhi minat berwirausaha.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

berdasarkan data yang diperoleh di atas dalam peneitin ini mengenai pengaruh kualitas layanan kepercayaan religiusitas terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel moderator Dan dapat disimpulkan yang telah dianalisa sebelumnya sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap lembaga, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah. Kepercayaan menjadi faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara lembaga dan nasabah.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan belum mampu secara langsung meningkatkan loyalitas nasabah. Kualitas layanan cenderung dipersepsikan sebagai faktor dasar yang harus dipenuhi, namun belum menjadi faktor penentu utama dalam membentuk loyalitas.
3. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat religiusitas nasabah memiliki peran penting dalam mendorong kesetiaan nasabah terhadap lembaga, khususnya lembaga yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
4. Kepuasan nasabah terbukti memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Artinya, kepercayaan yang dimiliki nasabah mampu meningkatkan kepuasan, yang selanjutnya berdampak pada meningkatnya loyalitas nasabah.

5. Kepuasan nasabah tidak memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan belum mampu menciptakan kepuasan yang cukup kuat untuk mendorong loyalitas nasabah.
6. Kepuasan nasabah memediasi pengaruh religiusitas terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas nasabah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas nasabah lebih banyak dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, religiusitas, dan kepuasan nasabah dibandingkan dengan kualitas layanan secara langsung.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoretis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian manajemen pemasaran jasa, khususnya yang berkaitan dengan loyalitas nasabah. Penelitian ini memperkuat teori bahwa kepercayaan dan religiusitas merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas nasabah, baik secara langsung maupun melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak selalu memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas, sehingga memperkaya perspektif teoritis dalam konteks lembaga jasa berbasis nilai.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen lembaga dalam merumuskan strategi peningkatan loyalitas nasabah. Lembaga disarankan untuk lebih memfokuskan upaya pada peningkatan kepercayaan dan penguatan nilai-nilai religius dalam setiap aspek pelayanan. Selain itu, lembaga perlu memastikan bahwa kepuasan nasabah menjadi prioritas utama, karena terbukti memiliki peran sentral dalam membentuk loyalitas.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas pada kepercayaan, kualitas layanan, dan religiusitas, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah.
2. Objek penelitian terbatas pada satu lembaga, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan secara luas.
3. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga belum menggali secara mendalam persepsi dan pengalaman subjektif nasabah.

D. Saran

1. Saran Praktis

- a) Pihak lembaga diharapkan dapat terus meningkatkan kepercayaan nasabah melalui transparansi, konsistensi pelayanan, dan komitmen terhadap prinsip-prinsip yang dianut.
- b) Penguatan nilai-nilai religius dalam operasional dan pelayanan perlu terus dikembangkan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.
- c) Peningkatan kualitas layanan tetap perlu dilakukan secara berkelanjutan, terutama dengan menyesuaikan layanan terhadap kebutuhan dan harapan nasabah.

2. Saran Akademis

- a) Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti citra lembaga, komitmen, atau kualitas hubungan guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.
- b) Penelitian lanjutan dapat menggunakan metode kualitatif atau metode campuran untuk memperdalam pemahaman mengenai perilaku loyalitas nasabah.

- c) Objek penelitian dapat diperluas pada lembaga atau wilayah yang berbeda agar hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang lebih luas.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul rahman saleh. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: kencana, 2014.
- Abudin Nata. *Filsafat Pendidikan Islam*. Cetakan 1. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997.
- Alfaruk, Muhammad Hasym. "Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2017): 164. <https://doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172>.
- Ali, Muhammad. *Psikologi Remaja*. Cetakan 4. Bandung: Bumi Aksara, 2017.
- Anwar. *Pendidikan Kecakapan Hidup*. Cetakan ke. Bandung: alfabeta, 2015.
- Ari Fadiati dan Dedi Purnawa. *Menjadi Wirausaha Sukses*. Edited by Dedi Mulyana. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- Arum Wahyuni Purbohastut. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi" 12, no. 2 (2017): 215.
- Badan Pusat Statistik. "Data Wirausaha Tahun 2023/2024." [jawapos.com](https://www.jawapos.com/bisnis/015264674/data-bps-sebut-hanya-ada-61-juta-entrepreneur-muda-di-indonesia-prudential-gelar-nextgen-fest#:~:text=JawaPos.com%20-%20Badan%20Pusat%20Statistik,persen%20dari%20total%20penduduk%20Indonesia), 2025.
[https://www.jawapos.com/bisnis/015264674/data-bps-sebut-hanya-ada-61-juta-entrepreneur-muda-di-indonesia-prudential-gelar-nextgen-fest#:~:text=JawaPos.com - Badan Pusat Statistik,persen dari total penduduk Indonesia](https://www.jawapos.com/bisnis/015264674/data-bps-sebut-hanya-ada-61-juta-entrepreneur-muda-di-indonesia-prudential-gelar-nextgen-fest#:~:text=JawaPos.com%20-%20Badan%20Pusat%20Statistik,persen%20dari%20total%20penduduk%20Indonesia).
- Badruddin. *Dasar-Dasar Manajemen*. Edited by Alfabeta. Bandung: alfabeta, 2014.
- Bambang Dwi Atmoko. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita, 2012.
- Bandura, Albert. "Teori Kepribadian Social Cognitive : Kajian Pemikiran Albert Bandura Personality Theory Social Cognitive :." 5, no. 1 (2016): 37–46.
- Bimo Walgito. *Teori-Teori Sosial*. Cetakan 1. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011.
- Buchari alma. *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Bandung: alfabeta, 2009.
- Budi Gautama dan Ali Hardana. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. 1st ed. Medan

- sunggal: CV. Merdeka Kreasi Group Penerbit Nasional, 2021.
- Calvin s lindzey dkk. *Teori-Teori Sifat Dan Behavioristik Calvin S. Hall & Gardner Lindzey ; Editor A. Supratiknya*. Yogyakarta: canisius, 1995.
- Candra wijayangka dkk. “Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom.” *Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology* 8, no. 10 (2018): 1.
<http://dx.doi.org/10.21742/AJMAHS.2018.10.46>.
- Dale H Schunk. *Learning Theories An Educational Perspective*. Edited by Paul Smith. Edisi ke 6. Boston: Pearson Education, 2012.
- Darojah, Zakiyah, M. Didanul Quro’i, and Dita Kartika Dewi. “Peran Kewirausahaan Dalam Pertumbuhan Ekonomi Islam Di Indonesia.” *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8, no. 2 (2018): 218–53. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.2.70-105>.
- Darwis Dasopang. Penetapan Mahasiswa Semester Ganjil Universitas Islam Negeri Syekh Ali hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tahun Akademik 2024/2025 (2024).
- Departemen Agama. *Al-Qur’an Dan Terjemah Bahasa Banjar*. Kudus: Menara Kudus, 2017.
- Dominikus, Juju, Sulianta Feri. *Hita Putih Facebook*. Edited by PT Elex Media Komputindo. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.
- Fajar, Muhammad, and Hadi Machmud. “Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Siswa Sekolah Dasar.” *Diniyah : Jurnal Pendidikan Dasar* 1, no. 1 (2020): 32.
<https://doi.org/10.31332/dy.v1i1.1822>.
- Fakhrina Putri Nabila. “Media Sosial Dan Citra Diri Palsu (Studi Kasus Tentang Citra Diri Di Nstagram Pada Lingkngan Mahasiswa Universitas Pertamina)” 2, no. 1 (2020): 23.
- Firdaus, Firdaus. “Implementasi Teori Kognitif Sosial Bandura Sebagai Upaya Pengembangan Fungsi Dan Peran Sekolah” 8, no. 1 (2022): 37–51.
- Frista artamanda W. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jombang: Lintas Media, 2016.

- Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006.
- Haryanto. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi.” *EduLib* 5, no. 1 (2016): 83–89. <https://doi.org/10.17509/edulib.v5i1.2305>.
- Hasniati, Hasniati, and Syahrudin Syahrudin. “Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha.” *Jurnal Ilmiah Ecosystem* 22, no. 3 (2022): 541–50. <https://doi.org/10.35965/eco.v22i3.2014>.
- Husamah dkk. *Belajar Dan Pembelajaran*. Malang: Universitas Muhamadiyah Malang, 2018.
- Husein Umar. *Metode Penelitian Manajemen Untuk Skripsi Dan Tesis*. Edited by Rajawali Pers. Cetakan 1. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Isye Fera Alifia dan Jojok Dwiridotjahjono. “Probability Sampling.” 10, no. 2 (2019): 139–54.
- Jailani & Sudarma. “Pengaruh Kewirausahaan, Motivasi Belajar, Sosial Ekonomi Orang Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa.” *Journal of Economic Education* 6, no. 1 (2017): 52–59. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>.
- Josia Sanchahaya Hendrawan dkk. “Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha.” *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 02, no. 03 (2017): 291–314. <https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e318240fa84>.
- Kompri. *Belajar Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Yogyakarta: Media Akademi, 2017.
- Lestari, Vita May. “Efektivitas Konseling Kognitif-Behavioral Untuk Meningkatkan Perilaku Sosial Siswa Di Sekolah Menengah Atas Negeri 12 Pekanbaru.” *Intitutional Repository* 53, no. 9 (2017): 1689–99. <https://repository.uin-suska.ac.id/19612/>.

- Malayu S.P. Hasibuan. *Organisasi Dan Motivasi : Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Masrukhin. *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*. Edited by Media Ilmu. Kudus: Media Ilmu, 2008.
- Meredith, G.G. *Kewirausahaan*. Edited by Pustaka Binaman Pressindo. BANDUNG: Pustaka Binaman Pressindo, 1996.
- Mohanty, Atasi. "Vocational Counselling and Transition Skill Training for Adolescents with Special Needs." *Creative Education* Vol.6, no. 2 (2015).
- Muhaimin. *Arah Baru Pengembangan Pendidikan Islam : Pemberdayaan, Pengembangan Kurikulum Hingga Redefinisi Islamisasi Pengetahuan*. bandung: Nuansa, 2003.
- Muhammad Tholhah Hasan. *Prospek Islam Dalam Menghadapi Tantangan Zaman*. Edited by Afif Nadjih Anies. Cetakan 4. Jakarta: Lantabora Press, 2003.
- Muhammad Yunus. *Islam Dan Kewirausahaan Inovatif*. Edited by Agus Sakti. Malang: Uin-Malang, 2008.
- Mukrodi dkk. "Membangun Jiwa Usaha Melalui Pelatihan Kewirausahaan." *PKM Manajemen Bisnis* 1 (2021): 15. <https://doi.org/10.37481>.
- Mulawarman, Mulawarman, and Aldila Dyas Nurfitri. "Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan." *Buletin Psikologi* 25, no. 1 (2017): 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>.
- Nana Herdiana Abdurrahman. *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*. Edited by Beni Ahmad Saebani. bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Nezha, RACHIDI. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas Xi Smk Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman," 2014, 1–203.
- Noneng Sumiati. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kewirausahaan Pada Generasi

- Millennial.” *Jurnal Sosial Dan Politik* 24 (2019): 109.
- Nurul Huda. “Penerapan Modelling Teori Albert Bandura Pada Mata Pelajaran Fikih Di Mi Ummul Qur’an.” *Al-Madrasah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah* 6, no. 4 (2022): 1188–1203. <https://doi.org/10.35931/am.v6i4>.
- Octaviani, Venny Adhita. “Pengaruh Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.” *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang* 17, no. 2 (2020): 14–23. <https://doi.org/10.51826/fokus.v17i2.358>.
- Prasetio, Tio, and Reni Hariyani. “Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa.” *Jurnal IKRA ITH Ekonomika* 3, no. 3 (2020): 94–101.
- Prayitno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Edited by MoediaKm. Yogyakarta: MoediaKm, 2010.
- Purnomo, B.H. *Membangun Semangat Kewirausahaan*. Yogyakarta: Laksbang pressindo, 2005.
- Purwanto, F. X. Adi. “Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha.” *Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhan* 6, no. 2 (2016): 104–27.
- Quraish Shihab. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Rachmat Kriyantono. *Manajemen Periklanan : Teori Dan Praktek*. Malang: Uin Malang Press, 2007.
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Cetakan 4. Bandung: alfabeta, 2017.
- Rohadi Abdul Fatah dan Sudarsono. *Ilmu Dan Teknologi Dalam Islam*. Cetakan 3. Jakarta: Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam, 2005.

- Sari, Puspita Meutia. "Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam." *Jurnal Ilmu Komunikasi - Konsentrasi Hubungan Masyarakat* 4, no. 2 (2017): 1–13.
- Sarwono, Jonathan. "Mengenal Path Analysis (Sarwono)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* 11 (2011): 285–96. <http://www.jonathansarwono.info>.
- Satrionugroho, Bambang, and Sri Tomo. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi." *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIKomSiN)* 8, no. 2 (2020): 35–39. <https://doi.org/10.30646/tikomsin.v8i2.516>.
- Selamet Sutomo. *Panduan Melaksanakan Penelitian*. Cetakan 1. Bandung: Litera Media, 2014. <https://doi.org/9786029955217>.
- Sentot Imam Wahjono. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Siswandi. *Manajemen Perusahaan : Analisis Kasus Dan Pemecahannya*. 3rd ed. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- Siti Aisyah dkk. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim." *Journal on Education* 5, no. 4 (2023): 11740–57. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131>.
- Slameto. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Soewanto, W. *Pendidikan Wiraswasta*. Edited by Bumi Aksara. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Suci Rachmawati, Roro Aditya Novi Wardhani,. "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Motivasi Terhadap Minat Untuk Berwirausaha Mahasiswa IKIP PGRI Jember." *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 7, no. 1 (2019): 52. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3836>.
- Sudarwan Danim dan Suparno. *Manajemen Dan Kepemimpinan Transformasional Kekepalasekolahan : Visi Dan Strategi Sukses Era Teknologi, Situasi, Krisis, Dan*

- Internasional Pendidikan*. Cetakan 1. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Sudaryono dkk. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011.
- Sugiyono. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN RND*. Cetakan pe.
bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- Suharsimi Arikunto. *Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*.
Edisi revi. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2014.
- suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta:
Salemba Empat, 2010.
- Suryani dan Hendriyadi. *Metode Riset Kuantitatif*. Edited by suwito. Pertama. Jakarta: PT.
Kencana, 2015.
- Tanto Gatot Sumarsono dan Supardi. *Kewirausahaan: Teori Dan Praktik*. Edited by Tim
MNC Publishing. 1st ed. Malang: Media Nusa Creative, 2019.
- Undang-undang. Sistem Pendidikan Nasional, Pub. L. No. Pasal 26 ayat 3 (2003).
- Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social
Media)." *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 73.
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.
- Widjaja, William. "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sma Xyz
Di Jakarta Barat." *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 2 (2019): 37.
<https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1819>.
- Yuyus Suryana dan Kartib Bayu. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan
Sukses*. Jakarta: kencana, 2010.
- Yuyus Suryana, Khartib bayu. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan
Sukses*. Edited by Kencana. Jakarta: kencana, 2010.
- Zhou, Molly, Dalton State College, David Brown, and Dalton State College. *Educational
Learning Theories : 2nd Edition Educational Learning Theories*. Spring, 2015.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : **MUHAMMAD SOFYAN, S.E**
2. Tempat/ Tgl. Lahir : Sihitang, 20 Juli 1997
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Alamat : Jln. HT.Rizal Nurdin Kelurahan Sihitang, Kecamatan
Padangsidempuan Tenggara, Kota Padangsidempuan
6. Email : Sofyanmuhammad108@gmail.com
7. No. Handphone : 0821-6235-8526

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri 200508 Padangsidempuan (2005-2010)
2. SMP Negeri 8 Padangsidempuan (2010-2012)
3. SMK Negeri 4 Padangsidempuan (2012-2015)
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2015- 2020)
5. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (2022-2025)

III. DATA ORANGTUA

1. Nama ayah : Bahri
2. Pekerjaan : Wiraswasta
3. Nama Ibu : Asmaida Lubis
4. Pekerjaan : Wiraswasta

Lampiran

Isi data responden

<https://forms.gle/C9xXGNLpCDMMMyFgN7>



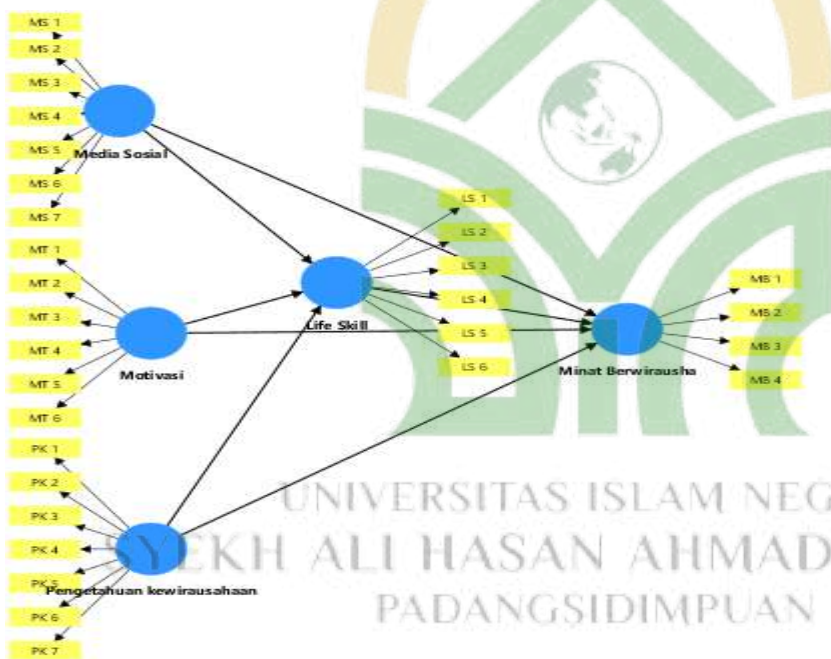
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Lampiran Hasil Olah Data

Keterangan Mean dari Deskripsi Data

Rentang Mean	Kategori
1,00 – 1,79	Sangat Rendah
1,80 – 2,59	Rendah
2,60 – 3,39	Sedang
3,40 – 4,19	Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi

Model Laten Variabel Penelitian



Hasil Outer Loading Uji Convergent Validity

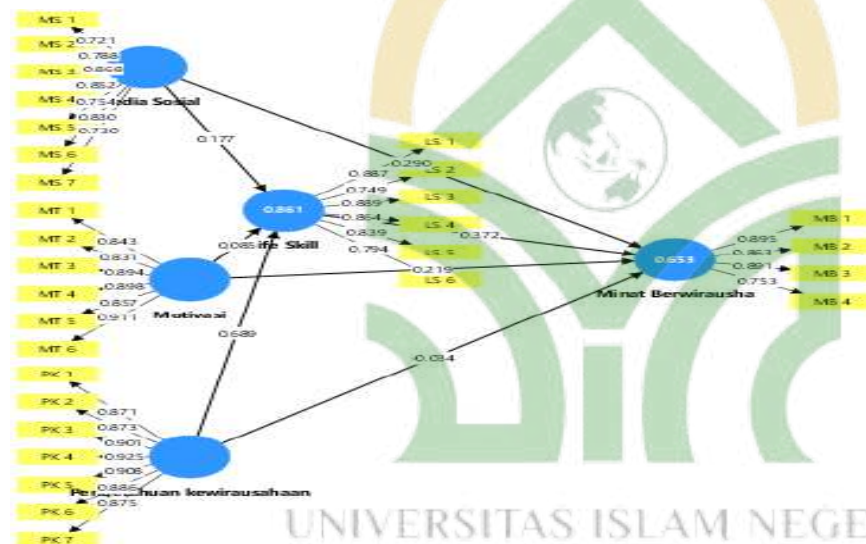
Variabel	Indicator	Loading Factor	keterangan
Minat Berwirausaha	Y1	0.895	Valid
	Y2	0.863	Valid
	Y3	0.891	Valid
	Y4	0.753	Valid

Life Skill	Z1	0.887	Valid
	Z2	0.749	Valid
	Z3	0.889	Valid
	Z4	0.864	Valid
	Z5	0.839	Valid
	Z6	0.794	Valid
Media Sosial	X1.1	0.721	Valid
	X1.2	0.788	Valid
	X1.3	0.868	Valid
	X1.4	0.852	Valid
	X1.5	0.754	Valid
	X1.6	0.83	Valid
	X1.7	0.73	Valid
Motivasi	X2.1	0.843	Valid
	X2.2	0.831	Valid
	X2.3	0.894	Valid
	X2.4	0.898	Valid
	X2.5	0.857	Valid
	X2.6	0.911	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan	X3.1	0.871	Valid
	X3.2	0.873	Valid
	X3.3	0.901	Valid
	X3.4	0.925	Valid
	X3.5	0.908	Valid
	X3.6	0.886	Valid
	X3.7	0.875	Valid

Kolom Hasil AVE Uji *Convergent Validity*

Variable	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Life Skill	0.703	Valid
Media Sosial	0.630	Valid
Minat Berwirausaha	0.727	Valid
Motivasi	0.762	Valid
Pengetahuan kewirausahaan	0.795	Valid

Output Model PLS SEM Algoritm



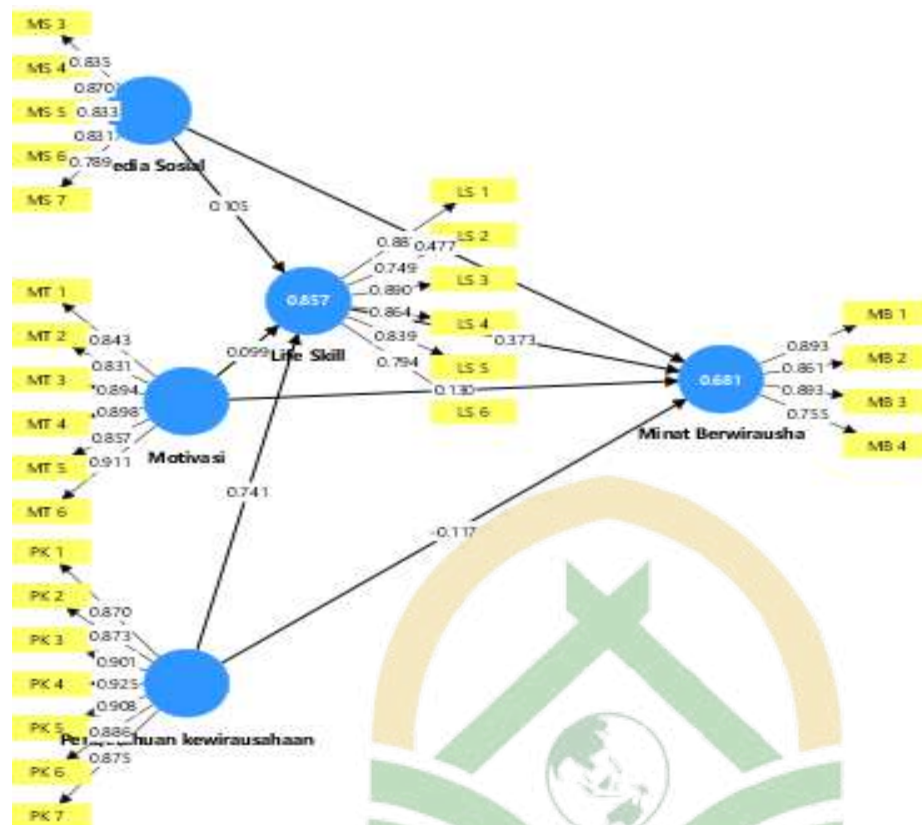
Hasil *Cross Loading Uji Discriminant Validity* tahap 1

Instrumen	Life Skill	Media Sosial	Minat Berwirausaha	Motivasi	Pengetahuan kewirausahaan	keterangan
LS 1	0.887	0.799	0.745	0.833	0.871	valid
LS 2	0.749	0.733	0.515	0.714	0.753	valid
LS 3	0.889	0.764	0.755	0.802	0.857	valid
LS 4	0.864	0.723	0.601	0.673	0.73	valid
LS 5	0.839	0.671	0.668	0.617	0.735	valid
LS 6	0.794	0.647	0.6	0.631	0.672	valid
MB 1	0.759	0.72	0.895	0.699	0.756	valid
MB 2	0.618	0.619	0.863	0.618	0.617	valid

MB 3	0.696	0.748	0.891	0.726	0.69	valid
MB 4	0.562	0.506	0.753	0.509	0.515	valid
MS 1	0.607	0.721	0.413	0.545	0.614	Tidak valid
MS 2	0.668	0.788	0.477	0.591	0.648	Tidak valid
MS 3	0.761	0.868	0.701	0.683	0.782	valid
MS 4	0.728	0.852	0.671	0.754	0.764	valid
MS 5	0.694	0.754	0.752	0.686	0.71	valid
MS 6	0.719	0.83	0.609	0.785	0.764	valid
MS 7	0.598	0.73	0.577	0.7	0.64	valid
MT 1	0.626	0.649	0.592	0.843	0.667	valid
MT 2	0.677	0.65	0.571	0.831	0.703	valid
MT 3	0.715	0.746	0.647	0.894	0.74	valid
MT 4	0.801	0.801	0.719	0.898	0.847	valid
MT 5	0.788	0.795	0.662	0.857	0.84	valid
MT 6	0.832	0.826	0.741	0.911	0.863	valid
PK 1	0.787	0.795	0.572	0.748	0.871	valid
PK 2	0.806	0.751	0.614	0.721	0.873	valid
PK 3	0.822	0.8	0.755	0.83	0.901	valid
PK 4	0.835	0.822	0.689	0.815	0.925	valid
PK 5	0.826	0.814	0.68	0.849	0.908	valid
PK 6	0.8	0.809	0.717	0.808	0.886	valid
PK 7	0.876	0.771	0.726	0.812	0.875	valid

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

Output Model PLS SEM Algoritm



Hasil Cross Loading Uji Discriminant Validity tahap 2

Instrumen	Life Skill	Media Sosial	Minat Berwirausaha	Motivasi	Pengetahuan kewirausahaan	keterangan
LS 1	0.887	0.786	0.744	0.833	0.871	valid
LS 2	0.749	0.701	0.516	0.714	0.753	valid
LS 3	0.89	0.761	0.755	0.802	0.857	valid
LS 4	0.864	0.686	0.601	0.673	0.73	valid
LS 5	0.839	0.667	0.668	0.617	0.735	valid
LS 6	0.794	0.636	0.599	0.631	0.672	valid
MB 1	0.759	0.726	0.893	0.698	0.756	valid
MB 2	0.618	0.629	0.861	0.618	0.617	valid
MB 3	0.696	0.8	0.893	0.726	0.69	valid
MB 4	0.562	0.544	0.755	0.509	0.515	valid
MS 3	0.761	0.835	0.7	0.683	0.782	valid
MS 4	0.728	0.87	0.672	0.754	0.764	valid
MS 5	0.694	0.833	0.753	0.686	0.71	valid
MS 6	0.719	0.831	0.61	0.785	0.764	valid
MS 7	0.598	0.789	0.579	0.7	0.64	valid
MT 1	0.626	0.694	0.593	0.843	0.667	valid

MT 2	0.677	0.677	0.572	0.831	0.703	valid
MT 3	0.715	0.765	0.647	0.894	0.74	valid
MT 4	0.801	0.8	0.72	0.898	0.847	valid
MT 5	0.788	0.77	0.661	0.857	0.84	valid
MT 6	0.832	0.809	0.741	0.911	0.863	valid
PK 1	0.787	0.741	0.571	0.748	0.87	valid
PK 2	0.806	0.702	0.613	0.721	0.873	valid
PK 3	0.822	0.808	0.755	0.83	0.901	valid
PK 4	0.835	0.832	0.689	0.815	0.925	valid
PK 5	0.826	0.821	0.68	0.849	0.908	valid
PK 6	0.8	0.807	0.717	0.808	0.886	valid
PK 7	0.876	0.789	0.726	0.812	0.875	valid

Nilai Latent variable correlation, AVE dan akar kuadrat AVE

Variabel	Life Skill	Media Sosial	Minat Berwirausaha	Motivasi	Pengetahuan kewirausahaan	AVE	√AVE	Ket.
Life Skill	1.000	0.745	0.779	0.754	0.923	0.703	√0.839	valid
Media Sosial	0.745	1.000	0.801	0.866	0.883	0.692	√0.832	valid
Minat Berwirausaha	0.779	0.801	1.000	0.756	0.764	0.727	√0.853	valid
Motivasi	0.754	0.866	0.756	1.000	0.896	0.762	√0.873	valid
Pengetahuan kewirausahaan	0.923	0.883	0.764	0.896	1.000	0.795	√0.892	valid

Uji Fornell-Larcker

Variabel	Life Skill	Media Sosial	Minat Berwirausaha	Motivasi	Pengetahuan kewirausahaan	keterangan
Life Skill	0.839					valid
Media Sosial	0.745	0.832				valid
Minat Berwirausaha	0.779	0.801	0.853			valid
Motivasi	0.754	0.866	0.756	0.873		valid
Pengetahuan kewirausahaan	0.923	0.883	0.764	0.896	0.892	valid

Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's alpha	keterangan
Life Skill	0.915	reliable
Media Sosial	0.889	reliable
Minat Berwirausaha	0.874	reliable
Motivasi	0.937	reliable
Pengetahuan kewirausahaan	0.957	reliable

Composite Reliability

Variabel	Composite reliability (rho_c)	Keterangan
Life Skill	0.934	reliable
Media Sosial	0.918	reliable
Minat Berwirausaha	0.914	reliable
Motivasi	0.95	reliable
Pengetahuan kewirausahaan	0.964	reliable

Hasil Uji Mode Fit

Parameter	Rule of Thumb	Nilai Parameter	Ket.
SRMR	Lebih kecil dari 0,10	0.072	Fit
d_ ULS	> 0.05	2.106	Fit
d_ G	> 0.05	2.305	Fit
Chi-square	χ^2 statistik $\geq \chi^2$ tabel	931.134 $\geq$ 41.337	Fit
NFI	Mendekati nilai 1	0.706	Fit
GoF	0.1 (GOF kecil), 0.25 (GOF Moderate), 0.36 (GOF kuat)	0,857	Gof Kuat

Hasil uji R-square

Var. Dependen	R-square	R-square adjusted
Life Skill	0.857	0.852
Minat Berwirausaha	0.681	0.665

Hasil Path Coefficient bootstrapping direct effect

Koefisien Jalur	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket.
Life Skill -> Minat Berwirausaha	0.373	0.377	0.153	2.444	0.007	Terbukti
Media Sosial -> Life Skill	0.105	0.110	0.094	1.114	0.133	Tidak Terbukti
Media Sosial -> Minat Berwirausaha	0.477	0.481	0.154	3.099	0.001	Terbukti
Motivasi -> Life Skill	0.099	0.094	0.14	0.707	0.240	Tidak Terbukti
Motivasi -> Minat Berwirausaha	0.130	0.149	0.204	0.635	0.263	Tidak Terbukti
Pengetahuan kewirausahaan -> Life Skill	0.741	0.740	0.146	5.084	0.000	Terbukti
Pengetahuan kewirausahaan -> Minat Berwirausaha	-0.117	-0.14	0.211	0.556	0.289	Tidak Terbukti

Ketentuan

Pengujian	Parameter	Rul of Thumb	Sumber
Inner Model	R Square Jika variabel $X \leq 2$	Nilai R Square 0.75 (Kuat), 0.50 (Moderate), dan 0.25 (Lemah)	(Hamid & Anwar, 2019)
	R-square adjusted Jika variabel $X > 2$ <i>(Calculate – PLS SEM Algoritma – Start calculation – Open Report – R-Square, dan dilihat dependennya)</i>	Nilai R Square 0.67 (Kuat), 0.33 (Moderate), dan 0.19 (Lemah)	(Savitri et al., 2021)
	Signifikansi (Pengujian Hipotesis) <i>(Calculate – Bootstrapping (Gunakan one-tailed jika sudah mengetahui arah hubungan positif/negatif, namun jika belum mengetahui arah hubungannya maka gunakan two-</i>	> 1.65 (significance level = 10%) > 1.96 (significance level = 5%) > 2.58 (significance level = 1%)	(Haryono, 2016)
			(Savitri et al., 2021) (Wiyono, 2020)

	<i>tailed - Start calculation – Open Report – Path Coefficients</i>	Khusus Mediasi: • Jika pengaruh langsung ($X \rightarrow Y$) signifikan dan pengaruh tidak langsung ($X \rightarrow M \rightarrow Y$) signifikan = Partial mediation. • Jika pengaruh langsung ($X \rightarrow Y$) tidak signifikan dan pengaruh tidak langsung ($X \rightarrow M \rightarrow Y$) signifikan = Full Mediation	
--	--	---	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN