



**PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MENDORONG MINAT
BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**MELATI WAHYUNI NASUTION
NIM. 18 402 00178**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MENDORONG MINAT
BERWIRSAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**MELATI WAHYUNI NASUTION
NIM. 18 402 00178**

PEMBIMBING I

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 198405122014032 002

PEMBIMBING II

Ihdi Aini, M.E.
NIP. 198912252019032 010

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN
AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Melati Wahyuni Nasution**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 03 Januari 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Melati Wahyuni Nasution** yang berjudul "**Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

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

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 198405122014032 002

PEMBIMBING II

Ithdi Aini, M.E.
NIP. 198912252019032 010

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : MELATI WAHYUNI NASUTION
NIM : 18 402 00178
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan**


Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan 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 UIN SYAHADA Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 03 Januari 2023

Saya yang Menyatakan,




MELATI WAHYUNI NASUTION
NIM. 18 402 00178

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Melati Wahyuni Nasution

NIM : 18 402 00178

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 03 Januari 2023

Yang menyatakan,



Melati Wahyuni Nasution

**MELATI WAHYUNI NASUTION
NIM. 18 402 00178**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : MELATI WAHYUNI NASUTION
NIM : 18 402 00178
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong
Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidimpuan

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 198405122014032002

Sekretaris

Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP. 198704132019032011

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 198405122014032002

Rini/Hayati Lubis, M.P.
NIP. 1987041320190320011

Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

Ja'far Nasution, M.E.I.
NIDN. 2004088205

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di

Hari/Tanggal

Pukul

Hasil/Nilai

: Padangsidimpuan
: Jumat/ 06 Januari 2023
: 14.00 WIB – Selesai
: Lulus / 75 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MENDORONG MINAT BERWIRUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**

NAMA : **MELATI WAHYUNI NASUTION**
NIM : **18 402 00178**
Tanggal Yudisium : **28 Januari 2023**
Indeks Prestasi Kumulatif : **3,69**
Predikat : **Pujian**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi
Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 28 Januari 2023

Dekan



Dr. Dedy H. Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Melati Wahyuni Nasution
Nim : 18 402 00178
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Masih banyak mahasiswa yang tidak memanfaatkan peluang dari media sosial dalam membuka sebuah usaha, padahal media sosial telah menyediakan peluang dari pemanfaatan teknologi yang maju yaitu dengan tersedianya *online shop* yang lebih praktis dan dapat membantu keuangan (uang saku) mahasiswa. Kemudian masih banyak mahasiswa yang lebih memilih berperilaku konsumtif padahal mereka telah mempelajari kewirausahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan teori kewirausahaan. Sehubungan dengan pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan media sosial dan minat berwirausaha. Berwirausaha melalui media sosial merupakan salah satu jenis transaksi jual beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya dengan banyak manfaat yang diperoleh dari model penjualan tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 327 mahasiswa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 77 responden. Teknik pengumpulan sampel yaitu secara acak (*random sampling*). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, angket/kuisisioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi (uji R^2), dan uji parsial (uji t).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menunjukkan bahwa secara parsial media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa.

Kata kunci: Media Sosial, Minat Berwirausaha, Kewirausahaan

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah, peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan”**. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dan Ibu Rini Hayati Lubis, M.P., selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak Azwar Hamid, M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang selalu memberi motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan yang ikhlas kepada peneliti.
5. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku pembimbing I peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Ibu berikan.
6. Ibu Ihdi Aini, M.E., selaku pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan,

bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Ibu berikan.

7. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak serta Ibu dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
9. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda saya Hamsar Nasution dan Ibunda tercinta Masrida Siregar yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya. Kedua beliau merupakan semangat peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan juga kepada Hardin Syah Nasution dan Aidil Anwar Nasution selaku abang dan adik peneliti yang turut menyemangati peneliti dalam mengerjakan skripsi ini, dan kepada saudara-saudari serta keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang turut mendoakan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

11. Sahabat-sahabat peneliti yaitu Feni Oktalia Siregar, Mariatun Kibitia Siregar, Fadilah Wahyuni Siregar, Roma Rahmadani, Seri Wahyuni, Hilda Junira, Lailatussiva Siregar dan seluruh kamar 17 di asrama yang selalu membantu, memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman MB2 angkatan 2018 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, Januari 2023
Peneliti,

MELATI WAHYUNI NASUTION
NIM. 18 402 00178

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak 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	ha	ḥ	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan 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 ye
ص	šad	š	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

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
	ḍommah	U	U

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

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

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

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 diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ﻻ . 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 Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Defenisi Operasional Variabel	8
E. Rumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian	10
G. Manfaat Penelitian	10
H. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	13
1. Minat Berwirausaha	13
a. Pengertian Minat Berwirausaha	13
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha.....	15
c. Indikator Minat Usaha.....	20
2. Kewirausahaan	22
a. Pengertian Kewirausahaan	22
b. Ciri-ciri dan Watak Kewirausahaan	32
c. Manfaat dan Tujuan Kewirausahaan.....	32
3. Media Sosial.....	33
a. Pengertian Media Sosial.....	33
b. Fungsi Media Sosial	35
c. Jenis-jenis Media Sosial	36
d. Indikator Media Sosial	38
e. Peran Media Sosial.....	40
4. Media Sosial dan Wirausaha.....	43
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Pikir	49
D. Hipotesis	50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	51
B. Jenis Penelitian	51
C. Populasi Dan Sampel	52
1. Populasi.....	52
2. Sampel.....	52
D. Instrumen Pengumpulan Data	54
1. Kuesioner (Angket).....	54
2. Wawancara.....	56
3. Observasi.....	56
4. Dokumentasi	57
E. Teknik Pengolahan Data	58
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
a. Uji Validitas.....	58
b. Uji Reliabilitas.....	59
F. Teknik Analisis Data	59
1. Uji Normalitas.....	59
2. Uji Asumsi Klasik.....	60
a. Uji Multikolinearitas	60
b. Uji Heteroskedastisitas.....	61
3. Analisis Regresi Sederhana.....	61
4. Uji Hipotesis	62
a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	62
b. Uji Parsial (Uji t).....	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian	64
1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	64
a. Sejarah	64
b. Visi dan Misi	65
2. Program Studi Ekonomi Syariah.....	66
a. Sejarah Ekonomi Syariah	66
b. Visi, Misi dan Tujuan Prodi Ekonomi Syariah	68
B. Gambaran Umum Responden	69
C. Hasil Analisis Data	70
1. Uji Validitas	70
2. Uji Reliabilitas	71
3. Uji Normalitas.....	72
4. Uji Asumsi Klasik.....	73
a. Uji Multikolinearitas	73
b. Uji Heteroskedastisitas.....	74
5. Uji Hipotesis	75
a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	75
b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	76
6. Uji Regresi Linear Sederhana	77

D. Pembahasan Hasil Penelitian	79
E. Keterbatasan Penelitian	82

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	84
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1	Defenisi Operasional Variabel	9
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel III.1	Skor Atas Jawaban Responden.....	55
Tabel III.2	Kisi-kisi Angket Penelitian.....	56
Tabel IV.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas Media Sosial (X).....	70
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Minat Berwirausaha (Y)	71
Tabel IV.4	Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel IV.5	Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel IV.6	Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel IV.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
Tabel IV.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
Tabel IV.9	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	77
Tabel IV.10	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	78

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1	Kerangka Pikir.....	49
-------------	---------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat pengangguran adalah bagian dari angkatan kerja yang tidak memperoleh pekerjaan. Kita ketahui bahwa di Indonesia setiap tahun ada penambahan angkatan kerja baru dan tidak sedikit dari mereka yang menganggur, bahkan secara kumulatif dari tahun ke tahun jumlah yang menganggur bertambah besar. Tingkat pengangguran yang tinggi merupakan masalah sosial yang mendasar. Lapangan pekerjaan tidak terbuka luas dan banyak orang sulit mencari pekerjaan.¹ Dengan demikian perlu adanya solusi dalam memecahkan masalah pengangguran tersebut, yaitu dengan cara menjadi *entrepreneur*.

Entrepreneur sangat penting pada dunia perekonomian setiap negara karena dapat menunjang pembangunan suatu negara. Kewirausahaan merupakan kemampuan menggerakkan orang-orang dan berbagai sumber daya untuk berkreasi, mengembangkan dan menerapkan solusi terhadap berbagai masalah agar dapat memenuhi kebutuhan manusia. Oleh karena itu, kehadiran peranan wirausaha tentu saja akan memberi pengaruh terhadap kemajuan perekonomian dan perbaikan pada keadaan ekonomi di Indonesia. Menjadi wirausaha berarti memiliki kemampuan menemukan dan mengevaluasi peluang-peluang, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan, serta mampu menghadapi setiap peluang

¹ Ali Ibrahim Hasyim, *Ekonomi Makro*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), hlm. 13.

tersebut. Dengan demikian, meningkatnya kewirausahaan diharapkan perekonomian di Indonesia juga meningkat.²

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) yaitu sekelompok orang yang memiliki kemampuan dalam berkreasi dari hasil pemikiran yang kreatif dalam rangka mewujudkan inovasi untuk memanfaatkan peluang menuju sebuah kesuksesan. Proses pemikiran kreatif dan inovatif biasanya diawali dengan ide dan pemikiran dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Kreativitas (*creativity*) adalah kemampuan dalam mengembangkan dan menghubungkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat suatu masalah atau peluang, sedangkan inovasi (*innovation*) adalah kemampuan dalam menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan suatu masalah atau peluang agar dapat menciptakan suatu kebaruan.³

Seseorang yang memiliki minat berwirausaha terbentuk dari pengalaman langsung ataupun melalui pengalaman mengesankan yang pernah dialami hingga hal tersebut dapat memberi kesempatan pada seseorang dalam mendapatkan umpan balik, serta mempraktekkan hingga mewujudkan suatu keterampilan yang dapat menuju pada kepercayaan personal terhadap hasil yang memuaskan. Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macam-macam resiko

² Aisyah Mutiarasari, "Peran *Entrepreneur* Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran", dalam *Jurnal Prodi Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No.2, Maret-Agustus, 2018, hlm. 52.

³ Brillyanes Sanawiri dan Mohammad Iqbal, *Kewirausahaan*, (Malang: UB Press, 2018), hlm. 4.

berkaitan dengan tindakan yang dilakukannya.⁴ Ada beberapa faktor yang menjadi pendorong pertumbuhan minat berwirausaha yaitu pendapat bahwa wirausaha adalah seorang pahlawan, pendidikan kewirausahaan, faktor ekonomi dan kependudukan, pergerseran dari ekonomi industri ke ekonomi jasa, kemajuan teknologi, gaya hidup bebas, dan terbukanya peluang bisnis internasional.⁵

Perguruan tinggi memiliki kedudukan yang prestisius dalam kehidupan masyarakat. Perguruan tinggi menjadi tumpuan harapan bagi mahasiswa, orangtua dan masyarakat untuk meraih masa depan yang gemilang. Dengan adanya perguruan tinggi maka ada harapan untuk mengurangi angka pengangguran. Disana akan diajarkan teori dan cara bagaimana menjadi seorang wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri. Hal ini merupakan investasi modal untuk mempersiapkan para mahasiswa dalam memulai bisnis baru melalui integrasi pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan penting untuk mengembangkan sebuah bisnis.⁶

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) adalah perguruan tinggi keagamaan Islam negeri (PTKIN) yang berada di Kota Padangsidempuan Provinsi Sumatera Utara. UIN SYAHADA Padangsidempuan yaitu memiliki empat

⁴ Eswanto Sugeng Rahayu dan Siti Laela, "Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa", *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol. 20, No. 3, Desember 2018, hlm. 205.

⁵ Anggun Putri Sari, "Pengaruh *Online Shop* Terhadap Minat Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, 2019), hlm. 3.

⁶ *Ibid.*, hlm. 4.

fakultas. Salah satu fakultas yang difavoritkan adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sesuai dengan visi Fakultas Ekonomi yaitu Menjadi pusat pengembangan ekonomi dan bisnis Islam berbasis teoantropoekosentris (Al-Ilahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniah) dan berperan aktif di tingkat internasional.⁷

Transformasi pada era globalisasi dan era digital dalam beberapa tahun terakhir sangat berkembang, dimana *handphone* menjadi alat komunikasi yang banyak diminati masyarakat. Hal tersebut yang menjadi latar belakang perubahan komunikasi yang menjadi modern dan serba digital seperti sekarang ini. Dalam hal ini internet mulai dibutuhkan untuk diakses melalui *wifi* maupun *smartphone*. *Smartphone* memberikan kemudahan bagi para pengguna, dimana pengguna mendapatkan fasilitas yang beraneka ragam yaitu dengan fasilitas sms, *chatting*, *email*, *browsing*, dan fasilitas media sosial lainnya.⁸

Media sosial menawarkan fasilitas setiap orang agar dapat terhubung satu dengan yang lainnya. Media sosial juga memberi kemudahan dalam mempromosikan maupun menjual barang-barang tanpa menyediakan lapak yang terbilang mahal. Media sosial menjadi daya tarik tersendiri karena banyak menawarkan kemudahan, berkomunikasi dan keseruan lainnya yang membuat mahasiswa rela menyiapkan waktu lama

⁷ Profil UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dan Profil FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan, <https://febi.iain-padangsidempuan.ac.id/febi/visi-dan-misi-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-islam/>, diakses pada Tanggal 31 Agustus, Pukul 15.00.

⁸ Muhammad Farhan, dkk, "Membangun Jiwa Wirausaha Dengan Pemanfaatan Platform Media Sosial dan Marketplace" dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi*, Vol. 1, No. 3, 2021, hlm. 140.

dalam menggunakannya. Mengembangkan kreativitas dalam berwirausaha di kalangan mahasiswa dengan penggunaan media sosial menjadi salah satu dampak positif bagi penggunaan media sosial itu sendiri.⁹

Berwirausaha dapat dimulai dari hal-hal sederhana. Salah satu jalan berwirausaha yang minim modal ialah dengan memanfaatkan media sosial. Mahasiswa yang merupakan bagian dari masyarakat tidak luput dari adanya perkembangan teknologi internet ataupun media sosial. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat menangkap peluang ini mengingat di era digital sekarang ini semua sudah terkoneksi satu sama lain melalui media sosial. Sehingga diharapkan dengan meningkatnya minat berwirausaha, meningkat pula pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan peneliti menemukan bahwa tren penggunaan media sosial dalam berwirausaha juga telah dimanfaatkan oleh mahasiswa-mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Kreativitas dalam berbahasa dan mengemas barang jualannya menjadi salah satu kreativitas yang terlihat secara sekilas, karena daya tarik dari sebuah barang yang dipasarkan adalah mengenai sejauh mana penjual menjadi kreatif. Berdasarkan hasil observasi di lapangan peneliti juga menemukan bahwa ada beberapa mahasiswa yang sudah menawarkan barang/jasa yang mereka miliki untuk dijual lewat media sosial. Ada yang telah menjadi *owner* dan ada juga yang menjadi

⁹ Ratna Sari Dewi, "Penggunaan Media Sosial Terhadap Kreativitas Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Universitas Singaperbangsa Karawang, dalam *Jurnal Pendidikan Unsika*, Vol. 6, No. 2, November 2018, hlm. 87.

reseller.¹⁰ Berdasarkan hasil wawancara pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan angkatan 2018 yang berjumlah 327 mahasiswa, hanya 26 orang atau 8 % dari jumlah mahasiswa yang sudah menawarkan barang/jasa yang mereka miliki untuk dijual lewat media sosial. Untuk memperoleh informasi yang aktual peneliti melakukan wawancara terhadap mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis angkatan 2018 yang telah menawarkan barang/jasa yang mereka miliki untuk dijual lewat media sosial sebagai berikut:

Feni Oktalia Siregar adalah mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis 2 (MB-2), jenis usaha yang ditekuni saat ini adalah menjual produk MS Glow yaitu sebagai *reseller* atau member MS Glow. Feni menawarkan produk/barang Ms Glow lewat media sosial yang dimilikinya.¹¹ Risa Elviana Sitompul ialah mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis 2 (MB-2), jenis usaha yang ditekuni saat ini adalah menjual pulsa. Risa menyatakan bahwa biasanya para konsumen membeli pulsa kepadanya melalui media sosial, yaitu dengan cara menchatting lewat media sosial yang dimiliki.¹² Selanjutnya Elya Rahmah Pane adalah mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Manajemen Bisnis (MB), jenis usaha yang sedang ditekuni saat ini adalah menjual

¹⁰ Hasil Observasi, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 12 Maret 2022.

¹¹ Hasil Wawancara Dengan Feni Oktalia Siregar, Pada Tanggal 10 Maret 2022.

¹² Hasil Wawancara Dengan Risa Elviana Sitompul, Pada Tanggal 10 Maret 2002.

produk/barang masker dan juga sebagai member Herbalife. Elya menawarkan produk masker lewat media sosial, yaitu dengan cara membuat *story* gambar produk masker pada sosial media yang dimilikinya.¹³

Menurut mereka, media sosial itu lebih praktis karena menyediakan peluang dari pemanfaatan teknologi yang maju yaitu dengan tersedianya *online shop* yang menjadi pangsa pasar menjadi semakin luas dan dapat membantu keuangan (uang saku) mahasiswa. Tetapi walau begitu, tetap banyak mahasiswa yang tidak memanfaatkan peluang yang tersedia tersebut yaitu masih banyak yang berperilaku konsumtif padahal mereka telah mempelajari kewirausahaan.

Maka dari itu peneliti ingin melaksanakan penelitian untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh media sosial bagi mahasiswa. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan”**.

¹³ Hasil Wawancara Dengan Elya Rahmah Pane, Pada Tanggal 10 Maret 2022.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa yang memiliki usaha masih sedikit.
2. Kurangnya tindakan mahasiswa dalam mendorong minat berwirausaha.
3. Mahasiswa yang memanfaatkan peluang media sosial dalam membuka usaha masih sedikit.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka penelitian ini lebih memfokuskan pada pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan angkatan 2018.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel ialah suatu defenisi yang menyatakan secara jelas dan akurat suatu variabel yang bisa diukur. Operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan masing-masing dari keterangan variabel yang sudah ditentukan. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha (Y) dan variabel bebas yaitu media sosial (X).

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Media Sosial (X)	Media sosial adalah sebuah media <i>online</i> dengan para pengguna bisa mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. ¹⁴	1. Komunitas Online 2. Interaksi 3. Aksesibilitas 4. Kredibilitas	Ordinal
2.	Minat Berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesadaran untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko yang dihadapi, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. ¹⁵	1. Keberanian 2. Kemampuan 3. Keteguhan hati 4. Kreativitas	Ordinal

¹⁴ A. Rafiq, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat" dalam *Jurnal Global Komunika*, Vol. 1, No. 1, 2020, hlm. 19.

¹⁵ Josia Sanchaya Hendrawan dan Hani Sirine, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan), dalam *Jurnal AJIE*, Vol. 2, No. 3, 2017, hlm. 297.

E. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat yang diharapkan penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi, dan sebagai latihan dan pengalaman dalam mempraktekkan teori yang diterima dibangku kuliah.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa.

3. Akademis

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pada umumnya dan menjadi sumber baru yang nantinya bisa membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dalam konteks yang sama.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada proposal ini terdiri dari lima bab yang lebih mudah memahami isinya yaitu:

BAB I Pendahuluan, bab ini merupakan suatu pengantar dan penjelasan mengenai latar belakang masalah yang diangkat dalam penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori, bab ini berisi tentang teori-teori serta penelitian terhadulu yang menjadi landasan penelitian ini, berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka akan terbentuk suatu kerangka pemikiran dan menjadi penentuan hipotesis awal yang akan diuji.

BAB III Metode Penelitian, bab ini berisi metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, memuat tentang lokasi penelitian dan waktu penelitian yang akan dilakukan. Jenis penelitian, berisi tentang penjelasan dari jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian. Populasi dan sampel, memuat keseluruhan objek yang akan diteliti setelah itu memperkecil jumlah

populasi yang akan diteliti dengan metode sampel untuk mempermudah peneliti. Teknik pengumpulan data merupakan penjelasan mengenai data yang akan digunakan dan cara pengumpulan data oleh peneliti. Analisis data, menjelaskan rumus statistic yang akan digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh dari tiap-tiap variabel.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, setelah pembahasan yang mendalam dilandaskan teori yang berkaitan dengan variabel penelitian, maka pada bab ini peneliti terdahulu menguraikan tentang gambaran umum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Padangsidimpuan beserta aspek-aspek yang bersangkutan. Kemudian peneliti akan mengolah data yang menjadi pokok permasalahan pada minat berwirausaha mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah dengan menggunakan SPSS versi 25.00 untuk mengetahui hasil penelitian meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji regresi sederhana.

Bab V Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang diberikan peneliti sehubungan dengan hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat Berwirausaha

a. Pengertian Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha terdiri dari 2 kata yaitu minat dan berwirausaha. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Wirausaha adalah usaha-usaha kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup.¹⁶ Wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut.¹⁷ Minat diklasifikasikan menjadi empat jenis berdasarkan bentuk pengekspresian dari minat, antara lain:

- 1) *Expressed interest*, minat yang diekspresikan melalui verbal yang menunjukkan apakah seseorang itu menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau aktifitas.
- 2) *Manifest interest*, minat yang disimpulkan dan diikutsertakan individu pada suatu kegiatan tertentu.
- 3) *Tested interest*, minat yang disimpulkan dari tes pengetahuan atau keterampilan dalam suatu kegiatan.

¹⁶ Salwa Aminah Lubis, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2015", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, 2019), hlm. 16.

¹⁷ Yusrita dan H. M. Nur Ridha Tarigan, *Pengantar Kewirausahaan*, (Medan: Perdana Publishing, 2016), hlm. 12.

4) *Inventoried interest*, minat yang diungkapkan melalui inventori minat atau daftar aktivitas dan kegiatan yang sama dengan pernyataan.¹⁸

Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami¹⁹. Minat berwirausaha adalah keadaan kecenderungan dan keinginan hati yang tinggi dari dalam diri individu untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kreatif dan inovatif, bekerja keras, dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Minat berwirausaha berasal dari dalam diri seseorang untuk menciptakan sebuah bidang usaha.²⁰ Minat berwirausaha dari seseorang akan ada ketika seseorang tersebut mendapatkan pengetahuan atau informasi tentang dunia kewirausahaan baik dari pelatihan kewirausahaan, mengikuti pendidikan kewirausahaan, bahkan dengan melihat usaha orang lain atau melihat peluang yang ada. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha meliputi

¹⁸ Made Suardani, "Media Lingkungan Sekitar Dalam Pengembangan Minat Belajar Anak" dalam *Jurnal Tematik*, Vol. 7, No. 1, 2021, hlm. 46-47.

¹⁹ Josia Sanchaya Hendrawan dan Hani Sirine, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)", dalam *Jurnal AJIE*, Vol. 2, No. 3, 2017, hlm. 15.

²⁰ Salwa Aminah Lubis, *Op Cit.*, hlm. 16.

karakteristik, lingkungan, kepribadian, dan motif berwirausaha (bekerja dan penyaluran ide kreatif).²¹

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa, diantaranya adalah:

1) Ekspektasi Pendapatan

Pendapatan adalah salah satu yang diperoleh seseorang baik berupa barang maupun uang. Berwirausaha dapat dilakukan siapapun untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan keinginan berwirausaha itulah seseorang dapat menghasilkan pendapatan yang cukup dan dapat mensejahterakan kehidupannya. Semakin kita bekerja keras dan berkeinginan untuk mencapai target sesuai yang diinginkan maka semakin besar pula pendapatan yang akan dihasilkan.²² Seseorang akan tertarik untuk menjadi wirausaha karena ekspektasi pendapatan yang diperolehnya jika sukses melebihi karyawan.²³

Jadi dapat disimpulkan bahwa ekspektasi pendapatan adalah salah satu faktor yang mampu membuat individu melakukan suatu hal seperti minat berwirausaha. Seseorang

²¹Afif Nur Rahmadi, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri", dalam *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, Vol. 1, No.2, September 2017, hlm. 155.

²²Ria Resti Agustin, "Pengaruh Ekspektasi pendapatan, Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, dan norma Subyektif Terhadap Minat untuk Berwirausaha", dalam *Jurnal E-JRA*, Vol. 9, No. 4, 2020, hlm. 128.

²³Muhammad Zunaedy, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Lumajang T.A 2020/2021", dalam *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, Vol. 6, No. 1, 2020, hlm. 48.

yang memiliki ekspektasi mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi dengan berwirausaha dibandingkan dengan gaji seorang pegawai.²⁴ Media sosial tidak terlepas dari faktor ekspektasi pendapatan, dengan adanya media sosial dapat membantu ekspektasi pendapatan menjadi lebih tinggi. Media sosial menyediakan sarana promosi bagi para wirausaha yang sedang menekuni usahanya, dengan sarana promosi inilah para wirausaha memanfaatkan peluang dalam meningkatkan jumlah pendapatannya. Promosi dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan aplikasi-aplikasi media sosial, yaitu seperti *WhatsApp, Instagram, Facebook*, dll. Maka inilah alasan yang bisa menjadi pemacu semangat untuk berwirausaha

2) Lingkungan Keluarga dan Masyarakat

Lingkungan sangat berperan dalam usaha menumbuhkan minat seseorang, karena dalam pertumbuhan dan perkembangan, lingkungan adalah keluarga yang mengasuh dan membesarkan seseorang.²⁵ Jiwa dan sikap kewirausahaan terbentuk dikarenakan adanya faktor internal dan eksternal. Berikut ini merupakan faktor internal dan eksternal pembentuk jiwa dan sikap kewirausahaan. Faktor internal meliputi *locus of*

²⁴ Rahmat Jumadi dan Nur Huri Mustofa, "Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Ekspektasi Pendapatan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis" dalam *Jurnal Al Maal*, Vol. 3, No. 2, 2022, hlm 117.

²⁵ Ni Made Rustini, dkk, "Pengaruh Motivasi, Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Seka Taruna di Kota Denpasar" dalam *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 18, No. 2, 2019, hlm. 106.

control, toleransi, nilai-nilai, pendidikan dan pengalaman. Faktor eksternal meliputi keteladanan, dukungan keluarga dan masyarakat. Semakin kondusif lingkungan keluarga dan masyarakat disekitarnya maka akan semakin mendorong seseorang untuk menjadi seorang wirausaha.²⁶

Media sosial tidak terlepas dari faktor lingkungan keluarga dan masyarakat. Karena lingkungan keluarga dan masyarakat merupakan pendidikan yang pertama dan dominan bagi seorang anak. Lingkungan keluarga dan masyarakat memberikan pengaruh terhadap pola pikir dan pengambilan keputusan bagi mahasiswa yang siap terjun ke dunia kerja. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Marti'ah, Berta Dian Theodora dan Haryanto yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan kesiapan karir anak siswa yang memiliki lingkungan keluarga yang mendukung dengan lingkungan keluarga yang tidak mendukung.²⁷

Mahasiswa yang bermedia sosial sering dijadikan sasaran pangsa pasar merek-merek local atau jualan *online* teman-temannya, bagi yang menyadarinya hal ini tentu bisa memberikan motivasi dan minat untuk mendapatkan keuntungan berwirausaha melalui media sosial bukan hanya sebatas menjadi konsumen semata. Lingkungan keluarga dan

²⁶ Muhammad Zunaedy, *Loc.Cit.*

²⁷Siti Martiah, dkk., "Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Pilihan Karir Siswa" dalam *Jurnal SAP*, Vol. 2, No. 3, 2018, hlm. 241.

masyarakat yang demokratis, apalagi yang berkecimpung di dunia usaha akan memberikan dorongan bagi anak-anaknya untuk mengembangkan kreativitas dan minat dalam berwirausaha. Penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga yang terjalin dengan baik dapat menumbuhkan minat dan kreativitas dalam berwirausaha.²⁸ Bahkan media sosial yang saat ini jadi favorit masyarakat karena dapat membantu usaha-usaha dalam mempromosikan produk maupun jasa yang mereka miliki.

3) Pendidikan

Pendidikan merupakan sebuah proses dengan metode-metode tertentu sehingga orang memperoleh pengetahuan, pemahaman, dan cara bertingkah laku yang sesuai dengan kebutuhan. Apabila pendidikan memadai maka seseorang akan siap untuk menjadi seorang wirausaha dan memimpin anak buahnya. Pendidikan kewirausahaan bertujuan membentuk seseorang yang tidak pernah berpikir untuk menjadi pengusaha sehingga punya keinginan atau minat untuk mengenal dan memilih pekerjaan tersebut. Pendidikan kewirausahaan harus dibangun berdasarkan lima hal utama yaitu sikap, pemikiran, keterampilan manajemen bisnis, kejuruan kewirausahaan dan

²⁸ Dyah Indraswati, dkk, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram”, dalam *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, 2021, hlm. 19-20.

nilai moral etika.²⁹ Pendidikan formal berperan penting dalam kewirausahaan karena memberi bekal pengetahuan yang dibutuhkan dalam mengelola usaha, terutama ketika menghadapi suatu permasalahan. Sekolah atau universitas sebagai tempat berlangsungnya pendidikan formal yang mendukung kewirausahaan akan mendorong individu untuk menjadi seorang wirausahawan.³⁰ Dalam dunia pendidikan, jiwa kewirausahaan menjadi nilai penentu keberhasilan mahasiswa kelak di kemudian hari.³¹

Pendidikan kewirausahaan dan media sosial merupakan faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha. Dengan memperoleh pendidikan kewirausahaan di sekolah maupun melalui media sosial maka akan menambah wawasan tentang cara berwirausaha dan didukung dengan media sosial yang akan memudahkan para wirausahawan untuk memperoleh informasi tentang dunia wirausaha secara luas, mempermudah promosi sehingga lebih efektif dan efisien. Contohnya seperti aplikasi *Youtube*, yang menyediakan banyak informasi seputar kewirausahaan. Semakin banyak pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh, maka semakin besar pula minat dalam berwirausaha.

²⁹ Ganefri dan Hendra Hidayat, *Pedagogi Entrepreneurship di Pendidikan Tinggi*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 2.

³⁰ Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018), hlm. 148.

³¹ Yusrita dan H. M. Nur Ridha Tarigan, *Op. Cit.*, hlm. 15.

c. Indikator Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator. Diantaranya:³²

1) Keberanian

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

2) Kemampuan

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

³² Luh Italiani, dkk, "Pengaruh Kemampuan, Keberanian, Keteguhan hati dan Kreativitas Terhadap Kesuksesan Wirausahawan di Singaraja" dalam *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 11, No. 2, 2019, hlm. 658.

3) Keteguhan Hati

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

4) Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Bagi wirausaha tingkat kreativitas sangat menunjang kemajuan bisnisnya. Kreativitas bisa juga diartikan kemampuan dalam menciptakan kombinasi-kombinasi baru dari hal-hal yang sudah ada, sehingga menghasilkan sesuatu yang baru. Dapat juga berarti kemampuan memberi makna dari sesuatu yang kurang berarti sehingga menjadi lebih berarti.

2. Kewirausahaan

a. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan suatu proses yang ada pada setiap orang untuk dapat merubah ide, niat dan kemauan untuk mendapatkan kesempatan (peluang ekonomi) mengaplikasikan keberanian untuk menghasilkan nilai/harga. Kewirausahaan harus mampu mengerjakan sesuatu yang baru dari sumber daya yang terbatas, baik itu sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya modal.³³ Kata wirausaha merupakan kata yang biasa dikenal dengan *entrepreneur*. *Entrepreneur* ialah seseorang yang memperoleh barang dengan membeli dengan harga yang benar, walaupun seseorang tersebut tidak tahu seberapa besar harga dari barang tersebut yang mau dijualkan kemudian.³⁴

Kewirausahaan juga merupakan suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarsa dan bersahaja dalam berusaha rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya atau kiprahnya. Secara sederhana, wirausahawan berarti seseorang yang memiliki jiwa pemberani dalam mengambil resiko dalam membuka ataupun melakukan usaha baru pada berbagai kesempatan. Dalam pikiran

³³ Ahmad Fadlan, *Kewirausahaan* (Medan: Pusdikra, 2020), hlm. 1.

³⁴ Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 25.

seorang wirausahawan, pasti selalu berusaha memperoleh serta memanfaatkan, dan mendapatkan peluang-peluang dalam usaha yang nantinya akan memberi keuntungan.³⁵

Kewirausahaan adalah kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Kewirausahaan diartikan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).³⁶ Seseorang yang memiliki jiwa dan sikap wirausaha selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapainya. Dari waktu ke waktu, hari demi hari, minggu demi minggu selalu mencari peluang untuk meningkatkan usaha dan kehidupannya. Ia selalu berkreasi dan berinovasi tanpa berhenti, karena dengan berkreasi dan berinovasilah semua peluang dapat diperolehnya.³⁷

Islam memandang bahwa berwirausaha atau berusaha merupakan bagian integral dari ajaran Islam. Kewirausahaan dalam perspektif Islam merupakan salah satu aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah *mu'amalah* yakni masalah yang berhubungan sesama manusia (*horizontal*). Keberadaan manusia di muka bumi diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik.

³⁵ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 19-20.

³⁶ *Ibid.*, hlm. 20.

³⁷ Francisca R. Sinay, "Pendidikan Anak Berwawasan Kewirausahaan", dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jurnal*", Vol, 5, No. 2019, hlm. 47.

Terdapat sejumlah ayat Al-Qur'an yang menjelaskan pentingnya aktivitas berwirausaha atau berusaha. Di antaranya:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ
فَضْلِ اللَّهِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah dimuka bumi. Dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (Q.S Al-Jumu'ah: 10)³⁸

Berdasarkan ayat di atas, jelas menunjukkan bahwa Allah memerintahkan bagi umat manusia ketika sudah menghadiri panggilan adzan dan selesai menunaikan shalatnya, maka silakan “bertebaran” kembali dimuka bumi untuk berdagang atau melakukan aktivitas lain yang membawa maslahat. Dengan kata “Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi” dan silahkan juga mencari pemberian Allah dan nikmatNya, mengingat pemberi rezeki yang sesungguhnya adalah Allah, Dzat Pemberi nikmat (*al-mun'im*) dan Yang Maha Pemberi (*al-mutafadhhil*), yang tidak pernah menyianyikan prestasi dan profesi seseorang, dan Dzat yang tidak pernah mengecewakan (menghilangkan harapan) orang yang meminta kepada-Nya. Kemudian saat-saat berdagang atau berbisnis, sebaiknya tetap berdzikir kepada Allah SWT dengan dzikir yang sangat banyak. Intinya jangan sampai urusan duniawi (termasuk bisnis dan semua

³⁸ Department Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2014), hlm. 553.

aktivitas yang bermotifkan ekonomi), itu menyebabkan kamu lupa diri dari hal-hal yang memberikan manfaat buat kehidupan di akhirat kelak.³⁹

Dalam berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidup dan memperoleh kebahagiaan di dunia haruslah senantiasa berikhtiar, berusaha sekuat tenaga untuk mendapatkan apa yang diinginkannya. Serta diimbangi dengan do'a agar Yang Maha Kuasa memudahkannya. Namun utamakan dahulu urusan akhirat baru kemudian urusan duniawi agar mendapatkan rahmat dan karunia dari Allah SWT dan memperoleh keberuntungan di dunia dan akhirat. Dari ayat diatas kata bertebaran dan carilah sebagian dari karunia Allah serta ingatlah Allah banyak-banyak merupakan prinsip usaha.⁴⁰

Wirausaha menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Islam dan merupakan kunci dalam proses pertumbuhan ekonomi Islam. Hal tersebut disebabkan karena berwirausaha dianggap memiliki fungsi dinamis yang sangat dibutuhkan dalam suatu pertumbuhan ekonomi. Berwirausaha sesuai dengan ekonomi Islam/syariah bukan hanya tentang perbankan, asuransi dan pasar modal. Ekonomi Islam juga

³⁹ Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Jakarta: Amzah, 2015), hlm. 24.

⁴⁰ Fikri Maulana, "Motivasi Wirausaha dalam Islam" dalam *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 1, 2019, hlm. 33.

mencakup persoalan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, dan untuk itu dibutuhkan wirausaha.⁴¹

Berwirausaha dalam Islam adalah suatu perniagaan yang bersifat peralihan hak milik produk dan jasa yang bermanfaat dari suatu pihak kepada pihak lain melalui jual beli yang diikuti penggantian nilai dengan alat pembayaran yang sah, diikuti dengan ijab kabul menurut sunnatullah dan sunnatrasul. Sebagai agama yang menekankan dengan kuat tentang pentingnya keberdayaan umat, maka Islam memandang bahwa berusaha atau berwirausaha merupakan bagian integral dari ajaran agama Islam. Dalam berwirausaha, Islam menganjurkan untuk menjalin hubungan baik dengan sesama dan melarang untuk merendahkan yang lain.

Sebagaimana Rasulullah sering kali menekankan pentingnya perdagangan dalam kehidupan manusia, seperti dalam hadits berikut:

Dari Muadz bin Jabal menyatakan bahwa Rasulullah Saw bersabda, *“Sesungguhnya sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, jika berjanji tidak menyalahi, jika dipercaya tidak berkhianat, jika membeli tidak mencela produk, jika menjual tidak memuji-muji barang dagangan, jika berutang tidak melambatkan pembayaran, jika memiliki piutang tidak mempersulit.”* (HR. Baihaqi)

“Hendaklah kamu berdagang karena di dalamnya terdapat 90% pintu rezeki.” (HR. Ahmad).⁴²

⁴¹ Zakiyah Darojah, dkk, “Pengaruh Kewirausahaan Dalam Pertumbuhan Ekonomi Islam di Indonesia”, dalam *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, Vol. 8, No. 2, 2018, hlm. 244.

⁴² Rusdiana, *Op. Cit.*, hlm. 140.

Peradaban umat Islam semakin berkualitas apabila ajaran Nabi Muhammad Saw diterapkan secara sempurna. Untuk menjadi seorang pengusaha muslim pelajarilah sikap dan karakter apa yang harus dimiliki oleh pengusaha muslim yang baik seperti Nabi Muhammad Saw. Dalam sejarah kehidupan Nabi Muhammad Saw dikisahkan bahwa beliau terlahir dari keluarga kewirausahaan. Jiwa kewirausahaan yang ada dalam diri Nabi adalah hasil sebuah proses Panjang, dimulai sejak beliau masih kecil jauh sebelum diangkat menjadi Nabi dan Rasul, beliau sudah dikenal sebagai pedagang, bahkan bahkan beliau dijuluki sebagai pedagang yang dapat dipercaya.⁴³

Dalam menjalankan bisnis, Muhammad SAW selalu melaksanakan prinsip kejujuran (transparansi). Ketika sedang berbisnis, beliau selalu jujur dalam menjelaskan keunggulan dan kelemahan produk yang dijualnya. Ternyata prinsip transparansi beliau itu menjadi pemasaran yang efektif untuk menarik para pelanggan. Beliau juga mencintai para pelanggannya seperti mencintai dirinya sendiri sehingga selalu melayani mereka dengan sepenuh hatinya (melakukan *service excellence*) dan selalu membuat mereka puas atas layanan beliau.

Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk yang paling mulia, paling sempurna, dan karena itulah manusia diberi

⁴³ Gugus Kriswahyudi, "Membangun Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam", dalam *Jurnal Srikandi*, Vol. 1, No. 1, 2022, hlm. 61.

tugas sebagai khalifah di muka bumi ini. Dengan kelebihan akal dan pikirannya manusia mengatur dan memberdayakan sumber daya alam lainnya untuk memperoleh manfaat dan mewujudkan kehidupan sejahtera. Maka, perlu adanya pandangan secara Islam (syariah) agar seseorang yang berwirausaha dapat memiliki karakter dalam membangun usaha dengan baik.⁴⁴

Menurut pandangan Gugus Kriswahyudi, kewirausahaan dalam perspektif ekonomi syariah dilihat dari karakter di bawah ini:

1) Disiplin

Disiplin merupakan latihan untuk mengendalikan diri, karakter, atau keadaan yang tertib dan efisien. Disiplin sangatlah penting dalam diri pribadi maupun kehidupan seseorang, sebab ketika kurang disiplin dalam melakukan hal apapun maka kerugian yang akan dirasakan. Sifat sering menunda pekerjaan dengan berbagai macam alasan adalah kendala yang dapat menghambat seorang wirausahawan meraih keberhasilan. Contohnya, seorang yang memiliki usaha harus mampu mendisiplinkan diri sendiri, mulai dari hal kecil seperti waktu bangun tidur, kapan harus bertemu klien, jadwal kerja harian, kapan harus beristirahat, dan lain sebagainya.

⁴⁴ *Ibid.*, hlm. 64.

2) Mandiri

Mandiri merupakan suatu kondisi dimana seseorang memiliki hasrat untuk maju demi kebaikan diri sendiri serta mampu mengambil keputusan dan inisiatif untuk mengatasi masalah yang dihadapinya. Sikap mandiri sangat diperlukan oleh seseorang yang ingin berwirausaha. Seorang wirausaha harus memiliki karakter mandiri. Contohnya, seorang wirausaha harus mampu membuktikan bahwa ia mampu dalam mengelola bisnis. Jika ada kendala ataupun masalah dalam bisnisnya, seorang wirausaha tidak boleh pustus asa melainkan harus bangkit lagi dengan penuh semangat.

3) Realistis

Realistis adalah bersifat nyata. Artinya, bahwa kondisi dimana seseorang merasa sudah tidak harus berpegang terhadap prinsip dasar dan sudah berpikir secara real. Maka dalam berwirausaha harus memiliki cara berpikir yang penuh perhitungan dan sesuai dengan kemampuan, sehingga gagasan atau ide yang akan diajukan bukan hanya mimpi belaka tetapi adalah sebuah kenyataan yang akan dilakukan. Contohnya, seorang wirausaha harus memiliki orientasi ke masa depan dengan menjadikan kekurangan serta kesalahan di masa lalu sebagai pembelajaran, dan tidak akan mengingat-ingat

kekurangan atau kegagalan tersebut, melainkan harus realistis dengan keadaan yang dihadapi.

4) Komitmen

Komitmen merupakan perjanjian (keterikatan) untuk melakukan sesuatu. Artinya, sebuah pengakuan seutuhnya dan sebagai sikap yang sebenarnya yang berasal dari watak yang keluar dari dalam diri seseorang. Seorang wirausaha harus memiliki komitmen dalam dirinya, sebab komitmen merupakan perjanjian untuk melakukan sesuatu. Contoh komitmen wirausahawan terhadap orang lain terutama konsumennya adalah pelayanan prima yang berorientasi pada kepuasan konsumen, kualitas produk yang sesuai dengan harga produk yang ditawarkan, problem solving bagi masalah konsumen, dan sebagainya. Seorang wirausahawan yang memiliki komitmen tinggi akan membangun kepercayaan konsumen dengan bisnis yang dijalankan.

5) Jujur

Jujur berarti lurus hati, tidak berbohong dan tidak curang. Jujur merupakan perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam perkataan, tindakan, dan pekerjaan, baik terhadap diri sendiri maupun terhadap pihak lain. Islam sudah mengajarkan dengan tegas bahwa ketika kita berdagang, maka harus

mengutamakan kejujuran. Seorang wirausaha yang menerapkan prinsip jujur dalam bisnisnya tidak akan pernah menutupi kesalahan ataupun kekurangan produk/jasa yang ditawarkannya. Ia akan mengatakan dengan jujur kelebihan dan kekurangan produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumen seperti yang diterapkan oleh Rasulullah dalam berdagang.

6) Produktif

Produktif merupakan sesuatu hal yang bisa menghasilkan atau mendatangkan keuntungan secara besar atau banyak. Artinya, dalam produktif diperlukan kegiatan produksi. Seseorang yang berwirausaha adalah sosok individu yang mempunyai karakter produktif. Produktif merupakan rasio antara hasil (*output*) dengan pengorbanan (biaya) untuk mewujudkan hasil tersebut. Contohnya, jika seorang wirausaha menerapkan karakter produktif maka ia akan menghasilkan sesuatu yang lebih banyak dari biasanya. Hal ini akan sangat membawa dampak baik bagi usahanya. Islam tidak membatasi produktivitas pada satu bidang, namun produktivitas itu digalakkan dalam bidang apapun sepanjang itudibenarkan oleh syariat.⁴⁵

⁴⁵ Ibid., hlm. 62-64.

b. Ciri-ciri dan Watak Kewirausahaan

Watak maupun ciri dari kewirausahaan ialah: percaya pada diri sendiri, ketidaktergantungan, keteguhan, optimisme, individualistis, serta berorientasi pada hasil serta tugas keperluan dalam berprestasi, ketabahan hingga ketekunan, mempunyai dorongan kuat, memiliki tekad kerja keras, inisiatif dan energetik, mampu mengelola resiko yang ada dan mampu menghadapi tantangan, berperilaku selayaknya pemimpin, dapat berinteraksi baik ke orang lain, menerima kritik dan saran, keorisinilan inovatif, serta kreatif dan fleksibel, dapat melihat peluang untuk masa depan serta pandangan selalu kedepan.⁴⁶

c. Manfaat dan Tujuan Kewirausahaan

Manfaatnya:

- 1) Memberikan contoh bagaimana cara bekerja yang tekun dan bekerja keras itu serta dapat menjadi pribadi yang bijaksana agar bisa diteladani.
- 2) Meningkatkan jumlah daya tampung ketenagakerjaan agar bisa mengurangi jumlah dari pengangguran.
- 3) Berusaha memberikan didikan terhadap masyarakat untuk hidup dengan cara efektif maupun efisien, tidak foya-foya, dan tidak boros.⁴⁷

⁴⁶ Indra Zultiar dan Leonita Siwiyanti, "Menumbuhkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day", dalam *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, Vol. 6, No. 11, Oktober 2017, hlm. 15.

⁴⁷ *Ibid*, hlm. 7.

Tujuannya:

- 1) Mewujudkan kemantapan dan kemampuan para wirausahawan dalam menghasilkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat.
- 2) Meningkatkan jumlah para wirausahawan yang sukses.
- 3) Membudayakan sikap dan perilaku yang semangat serta membuat kewirausahaan pada setiap kalangan dari masyarakat menjadi handal, unggul, dan bijaksana.
- 4) Menumbuhkan serta mengembangkan kesadaran seorang wirausahawan yang unggul dan tangguh.⁴⁸

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Kata “media” berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari “*medium*”, secara harfiah berarti perantara atau pengantar. National Education Association (NEA) mendefinisikan media sebagai segala benda yang dapat dimanipulasikan, dilihat, didengar, dibaca, ata dibicarakan beserta instrument yang dipergunakan untuk kegiatan tersebut.⁴⁹ Media sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Media sosial adalah sebuah *platform* berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para penggunanya untuk membuat dan berbagi

⁴⁸ Daryanto dan Aris Dwi Cahyono, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2013), hlm. 6.

⁴⁹Septy Nurfadhillah, *Media Pembelajaran*, (Sukabumi: CV Jejak, 2021), hlm. 7.

konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam.⁵⁰

Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*) dan bekerja sama (*to cooperate*) diantara para pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan seseorang maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.⁵¹

Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi satu sama lain berupa teks, gambar, audio, maupun video dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diaui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Kehadiran media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan guna membangun

⁵⁰ Rosarita Niken Widiastuti, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018), hlm. 4-5.

⁵¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 10.

hubungan yang baik. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis.⁵²

Ditarik kesimpulan bahwa media sosial merupakan media berbasis internet untuk saling berbagi ide, bekerjasama, berkolaborasi, menciptakan kreasi, berfikir, berdagang, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas melalui konten berupa pesan, gambar, audio, dan video yang dengan perantara piranti Web 2.0.

b. Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki fungsi yang berbeda-beda bagi para penggunanya. Secara umum, media sosial berfungsi untuk memperluas interaksi sosial bagi pengguna media sosial dengan memanfaatkan teknologi internet. Sehingga pengguna media sosial dapat berinteraksi dengan orang lain dari seluruh dunia. Menurut Nurkarima, media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

- 1) Media sosial yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi *web*.
- 2) Media yang dapat mentransformasi praktek komunikasi searah melalui media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience (one to many)* menjadi praktek komunikasi dialogis antar banyak *audience*.

⁵² Dian Intan Tangkeallo dan Randi Tangdialla, “Analisis Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja” dalam *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vo. 4, No. 1, 2021, hlm. 75.

- 3) Media untuk mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.⁵³

c. Jenis-jenis Media Sosial

1) Media jejaring sosial (*social networking*)

Media jejaring sosial atau *social networking* merupakan media yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual. Kehadiran situs jejaring sosial seperti *facebook* merupakan media sosial yang paling banyak digunakan untuk mempublikasikan konten seperti, profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna, juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dari interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

2) Jurnal *online* (*blog*)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk *sharing* untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan *web* lain, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada 1997 mrujuk pada jurnal pribadi *online*.

⁵³ Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi" dalam *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, Vol. 12, No. 2, Oktober 2017, hlm. 215.

3) Jurnal *online* sederhana (*micro-blogging*)

Tidak berbeda dengan jurnal *online* (*blog*), *micro-blogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Secara teoritis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.

4) Media berbagi (*media sharing*)

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari document (*file*), video, audio, gambar dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi ini adalah *youtube*, *flickr*, *photo-bucket*, atau *snafish*.

5) Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial atau *social bookmarking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi, atau berita tertentu secara *online*. Informasi yang diberikan di media sosial ini bukanlah informasi yang utuh. Artinya pengguna hanya disediakan informasi bisa teks, foto atau video singkat sebagai pengantar yang kemudian pengguna akan diarahkan pada tautan sumber informasi berada. Beberapa situs *social bookmarking* yang

populer adalah *delicious.com*, *stumbleUpon.com*, *dig.com*, *reddit.com*, dan untuk Indonesia ada *LintasMe*.

6) Media konten Bersama atau *wiki*

Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedia, *wiki* menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam praktiknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung. Artinya ada kolaborasi atau kerja Bersama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.⁵⁴

d. Indikator Media Sosial

1) Komunitas *Online*

Komunitas Online adalah dimensi media sosial untuk membangun komunitas di sekitar yang terkait dengan produk/bisnisnya. Misalnya pada media sosial instagram, komunitas *online* adalah *followers* dari sebuah akun instagram yang cenderung memiliki minat yang sama. Missal, *followers* akun instagram penjual sepatu cenderung memiliki minat yang sama terhadap sepatu yang dijual tersebut. Komunitas yang cerdas menciptakan loyalitas dan mendorong diskusi, yang

⁵⁴ Yuyun Novia Tanjung, “Dampak Penggunaan Media Sosial Pada Akhlak Anak Remaja di Desa Kedaton Induk Lampung Timur”, (Skripsi, Merto: IAIN Metro, 2019), hlm. 14-16.

dapat berkontribusi terhadap pengembangan dan peningkatan sebuah bisnis/usaha.

2) Interaksi

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

3) Aksesibilitas

Media sosial mudah diakses dan minim bahkan tidak memerlukan biaya dalam menggunakannya. Media sosial mudah digunakan sehingga tidak memerlukan keahlian dan pengetahuan khusus. Seseorang yang ingin berwirausaha dapat segera memulai tanpa perlu memikirkan hal-hal teknis. Hanya diperlukan *smartphone* yang mampu mengakses internet dan media sosial, seseorang sudah dapat memulai untuk berwirausaha.

4) Kredibilitas

Kredibilitas adalah tentang menyampaikan pesan dengan jelas kepada orang-orang. Membangun kredibilitas terhadap setiap perkataan dan perbuatan, membangun emosional dengan target audiensi, mendorong pembeli dan menghasilkan pelanggan setia. Media sosial menyediakan *platform* yang sangat bagus dan *support* untuk semua bisnis (besar atau kecil) ke jaringan dan menjangkau target audiensi, terhubung secara langsung dengan mereka, dan menghasilkan kepercayaan dengan mendengarkan apa yang mereka lakukan.⁵⁵

e. Peran Media Sosial

Peran (*role*) merupakan aspek dinamis kedudukan status apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan suatu peranan.⁵⁶ Peran juga merupakan sesuatu yang menjadi bagian atau memegang pimpinan terutama dalam terjadinya sesuatu hal atau peristiwa. Media sosial merupakan media online dengan para penggunanya bisa mudah berpartisipasi dan menciptakan isi meliputi *blog* dan jejaring sosial. Berbicara tentang media sosial memang sangat bermanfaat bagi para pengguna internet, terutama untuk mengetahui status-status terbaru orang-orang atau perusahaan-perusahaan disekitarnya.

⁵⁵ Mukhlis Fikrian, "Analisis Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung), 2018, hlm. 46-47.

⁵⁶ Sarjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Raja Wali pers, 2012), hlm. 212.

Media berbasis internet ini mendorong dan memungkinkan penggunanya saling terhubung dengan siapa saja, baik orang-orang terdekat hingga orang asing yang tidak pernah kenal sebelumnya.⁵⁷

Faktanya semua orang zaman sekarang tidak bisa terlepas dari yang namanya media sosial. Semua orang menggunakan media sosial untuk berbagai kepentingan baik untuk bekerja, bercengkrama dengan keluarga maupun teman, bahkan berbisnis. Dengan melakukan promosi, iklan, maupun kegiatan pemasaran lainnya dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasarannya. Hal ini disebut lebih mudah dan biaya yang dikeluarkan lebih sedikit daripada harus membuat pamphlet dan plakat-plakat dijalan yang biayanya cukup besar.⁵⁸

Media sosial sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain. Jadi wajar jika keberadaannya dijadikan sebagai media pemasaran paling mudah dan murah (*lowcost*) oleh perusahaan. Hal inilah yang akhirnya menarik para pelaku usaha untuk menjadikan media sosial sebagai media promosi andalan dengan ditopang oleh *website/blog* perusahaan yang dapat menampilkan profile perusahaan secara lengkap. Sebagai situs jejaring sosial,

⁵⁷ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), hlm. 201.

⁵⁸Septiana Cahya Saputri, "Potret Kewirausahaan Dengan Pemanfaatan Media Social Sebagai Penunjang Wirausaha Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta", (Skripsi, PPs Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020), hlm. 5.

media sosial memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan media sosial dapat memainkan peran sebagai media komunikasi.⁵⁹

Peran media sosial merupakan aspek-aspek dinamis terkait dengan statusnya sebagai sarana sosial berbasis internet. Peranan media sosial terkait era dengan dimensi dari media sosial itu sendiri. Media sosial dikatakan berjalan sesuai dengan perannya sebagai sarana sosial di dunia virtual, apabila sesuai dengan dimensi-dimensi tertentu. Media sosial memiliki karakteristik sebagai berikut:

1) Partisipasi

Media sosial mendorong adanya kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik. Hal ini mengaburkan batas antara media dan penonton.

2) Keterbukaan

Kebanyakan layanan media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi. Mereka mendorong adanya pembicaraan, komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali terdapat hambatan untuk mengakses dan memanfaatkan konten-konten yang terdapat dalam sosial media.

⁵⁹ Ahmad Setiadi, "Pemanfaat Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi", dalam *Jurnal AMIK*, Vol. 2, No. 1, 2018, hlm. 4.

3) Percakapan

Jika kita mengenal media tradisional adalah tentang “siaran satu arah” (konten ditransmisikan atau didistribusikan hanya kepada penonton), media sosial lebih baik karena di dalamnya menggunakan percakapan dua arah.

4) Komunitas

Media sosial memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi secara efektif melalui pembentukan komunitas *online*. Masyarakat dapat selalu berbagi tentang apapun, seperti berbagi tentang film favorit, atau isu politik yang sedang hangat atau sebagainya.

5) Keterhubungan

Sebagian besar jenis media sosial berkembang pada keterhubungan mereka.⁶⁰

4. Media Sosial dan Wirausaha

Realitas individu saat ini semakin dekat dan terhubung satu sama lain melalui media sosial, karenanya berwirausaha saat ini tidak boleh mengabaikan media sosial. Pelanggan adalah selalu raja dan wirausahawan harus terus mencoba untuk menjangkau dan menarik perhatian dari pelanggan mereka guna membentuk prospek, timbal balik, riset dan layanan baru. Perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam hal

⁶⁰ Eswanto Sugeng Rahayu dan Siti Laela, *Op. Cit.*, hlm. 6.

kebiasaan melakukan transaksi jual beli. Saat ini telah beralih kepada era dimana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media sosial.

Hari ini, lebih dari 90% populasi orang dewasa menggunakan media sosial, termasuk banyak pelanggan yang berjejaring dengan lainnya. Tidak ada wirausahawan yang dapat mengabaikan peran media sosial. Jika tidak, wirausahawan tersebut akan kehilangan kesempatan untuk meningkatkan usahanya. Bahkan ketidakhadiran sebuah usaha di media sosial juga akan merusak merk dan reputasi usaha tersebut. Saat ini, hampir semua orang sangat mengandalkan media sosial untuk mencari saran dan rekomendasi atas apa yang akan mereka beli. Mereka akan bertanya satu dengan lainnya dan berbagi pengalaman mereka.

Media sosial menawarkan kesempatan agar sebuah usaha terhubung dan mengikutsertakan pelanggan di dalamnya guna membangun nilai dan reputasi jangka panjang. Jadi dapat disimpulkan bahwa berwirausaha melalui media sosial merupakan salah satu jenis transaksi jual beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya. Media sosial digunakan untuk mempermudah usaha dalam berbagai bidang, misalnya dalam jual beli produk yang

dihasilkan oleh kaum muda (milenial) baik kerajinan, fashion, makanan ringan dan lain sebagainya.⁶¹

Saat ini berwirausaha di media sosial merupakan salah satu jenis transaksi yang banyak dipergunakan dalam jual beli. Sebagaimana dasar hukum dasar muamalah menurut Islam, bahwa semua boleh kecuali yang diharamkan, maka berwirausaha melalui media sosial hukumnya boleh selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan judul yang diangkat oleh peneliti.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Andy Wijaya, dkk (Jurnal Ilmiah Media Bina STIE Sultan Agung Pematangsiantar, Vol. 15, No. 10, 2021)	Efektifitas Penggunaan Media Sosial Dalam Berwirausaha Bagi Mahasiswa/i STIE Sultan Agung Pematangsiantar	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa masih belum memanfaatkan media sosial yang ada secara efektif dalam mempromosikan produknya kepada konsumen dilihat dari unsur AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, dan Share</i>).

⁶¹ Noneng Sumiati, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kewirausahaan Pada Generasi Millennial" dalam *Jurnal Sosial dan Politik*, Vol. 24, No. 1, 2019, hlm. 109.

2.	Septiana Cahya Saputri (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020)	Potret Kewirausahaan Dengan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Penunjang Wirausaha Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potret wirausaha mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta dapat menumbuhkan motivasi yang tinggi dalam berwirausaha, kewirausahaan membangkitkan individu yang didorong oleh ambisi dan peluang yang memilih untuk mengambil resiko untuk memulai bisnis mereka sendiri dengan eksternalitas positif bagi perekonomian.
3.	Ratna Sari Dewi (Jurnal Pendidikan Unsika, Vol. 6, No. 2, 2018)	Penggunaan Media Sosial Terhadap Kreativitas Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Universitas Singaperbangsa Karawang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa cukup tinggi dan penggunaan media sosial terhadap kreativitas berwirausaha mahasiswa menunjukkan hasil yang cukup positif.
4	Mukhlis Fikrian (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)	Analisis Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha.
5	Eswanto Sugeng Rahayu dan Siti Laela, (Jurnal Pengembangan Wiraswasta, Vol. 20, No. 3, 2018)	Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi pula kewirausahaan bagi mahasiswa.

Berdasarkan penelitian di atas peneliti akan menjelaskan perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Perbedaan Penelitian

- a. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Andy Wijaya, dkk dengan judul Efektifitas Penggunaan Media Sosial Dalam Berwirausaha Bagi Mahasiswa/i STIE Sultan Agung Pematangsiantar, yaitu penelitian meneliti tentang efektifitas penggunaan media sosial dalam berwirausaha bagi mahasiswa, sedangkan penelitian ini meneliti tentang pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- b. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Septiana Cahya Saputri dengan judul Potret Kewirausahaan Dengan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Penunjang Wirausaha Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, yaitu penelitian membahas bagaimana potret kewirausahaan dengan pemanfaatan media sosial sebagai penunjang wirausaha bagi mahasiswa, sedangkan penelitian ini membahas pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa.
- c. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Sari dewi dengan judul Penggunaan Media Sosial Terhadap Kreativitas Berwirausaha Mahaiswa Pendidikan Luar Sekolah

Universitas Singaperbangsa Karawang, yaitu penelitian membahas tentang penggunaan media sosial terhadap kretivitas berwirausaha mahasiswa, sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

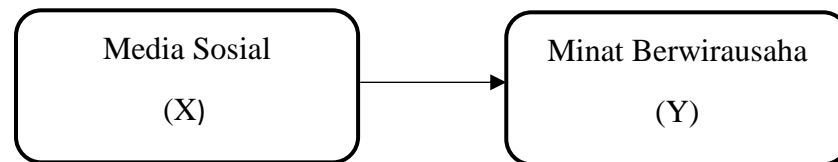
- d. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhlis Fikrian dengan judul Analisis Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam, yaitu penelitian membahas tentang bagaimana peran media sosial instagram terhadap minat berwirausaha mahasiswa dalam perspektif ekonomi islam, sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- e. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Eswanto Sugeng Rahayu dan Siti Laela dengan judul Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta, yaitu penelitian membahas bagaimana pengaruh minat berwirausaha dan penggunaan sosial media terhadap kewirausahaan mahasiswa, sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa.

2. Persamaan Penelitian

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada variabel independen adalah pengaruh media sosial dan variabel dependen adalah mendorong minat berwirausaha.

C. Kerangka Pikir

Gambar II.1
Kerangka Pikir



Keterangan:

X : variabel independent

Y : variabel dependen

—> : hubungan antar variabel X pada variabel Y

Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan variabel dalam suatu penelitian, yang mana merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian.⁶² Kerangka pikir juga merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah. Kerangka pikir di atas menjelaskan bahwa dalam penelitian ini terdapat variabel independent yaitu media sosial (X) dan variabel dependen yaitu minat berwirausaha (Y).

⁶² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 59.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric.⁶³ Maka berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan pustaka, maka hipotesis penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

H_a: Media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

H₀: Media sosial tidak berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

⁶³ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2019), hlm. 59.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Peneliti melakukan penelitian terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai bulan November 2022.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal pembuatan desain penelitiannya.⁶⁴ Data diperoleh dengan cara penyebaran kuisioner kepada responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

⁶⁴ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 17.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁵ Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tahun ajaran 2018. Maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 327 mahasiswa.

2. Sampel

Menurut Sugiono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel ini diambil karena penelitian ini tidak mungkin diteliti seluruh anggota populasi konsumen.⁶⁶ Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara acak (*random sampling*). *Random sampling* adalah cara atau teknik mengambil sampel dari populasi secara acak, dimana setiap anggota populasi mempunyai banyak kesempatan yang sama untuk diambil atau dipilih menjadi anggota sampel.⁶⁷

⁶⁵ *Ibid.*, hlm. 63.

⁶⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 122.

⁶⁷ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm. 137.

Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan 10%)

Keseluruhan jumlah mahasiswa FEBI tahun ajaran 2018 Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan sebanyak 327. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{327}{1+(327,01)^2}$$

$$n = \frac{327}{427}$$

$$n = 76,58$$

Berdasarkan rumus di atas, diputuskan jumlah sampel dibulatkan menjadi 77 responden dari 327 populasi.

D. Instrument Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.⁶⁸ Instrument pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Instrument pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Menurut Arikuntoro, kuisisioner (angket) merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.⁶⁹ Dalam angket ini peneliti mengajukan pernyataan tertulis dengan menyediakan alternative jawaban kepada responden untuk penelitian ini. Angket ini menggunakan skala ordinal yaitu skala yang digunakan oleh para peneliti untuk mengukur persepsi atau sikap seseorang. Skala pengukuran sikap yang dibuat dalam bentuk *cekhlis*.

⁶⁸ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 138.

⁶⁹ Saban Echdar, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), hlm. 298.

Penyebaran kuesioner atau angket ini dilakukan secara langsung dengan memberikan kuesioner yang berisi daftar pernyataan yang telah disusun kepada responden yaitu mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan angkatan 2018. Adapun skor yang ditetapkan pada angket ini adalah:

Tabel III.1
Skor Atas Jawaban Responden

Kategori Jawaban	Skor	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Angket dalam penelitian ini yaitu angket tentang Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018. Adapun kisi-kisi angket berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
Media Sosial (X)	1. Komunitas Online	1,2,3
	2. Interaksi	4,5
	3. Aksesibilitas	6,7
	4. Kredibilitas	8,9,10
Minat Berwirausaha (Y)	1. Keberanian	1,2
	2. Kemampuan	3,4
	3. Keteguhan Hati	5,6,7
	4. Kreativitas	8

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab. Cara wawancara yaitu melalui proses mendapatkan keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil berhadapan antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.⁷⁰ Adapun wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini ialah wawancara kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

3. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya, disamping indra lainnya seperti telinga, hidung, mulut

⁷⁰ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 124.

dan kulit.⁷¹ Observasi terbagi menjadi observasi partisipan dan observasi nonpartisipan.

Dalam observasi partisipan peneliti terlibat langsung dan ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh subjek yang diamati, sedangkan observasi nonpartisipan peneliti berada diluar subjek yang diamati dan tidak ikut terjun langsung dalam kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan. Dalam hal ini jenis observasi yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian dengan non partisipan. Dalam observasi ini dilakukan dengan cara memperhatikan dan mengamati mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan bersangkutan dengan pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa.

4. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data lainnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Dokumentasi adalah upaya yang dilakukan untuk mencari data atau informasi dari buku-buku, catatan-catatan, data-data, surat kabar, majalah dan sebagainya.⁷² Teknik dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan bukti-bukti atau keterangan-keterangan mengenai suatu hal. Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan untuk

⁷¹ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 80.

⁷² Jusuf Soewadji, *Op.Cit.*, hlm. 160.

memperkuat bukti hasil penelitian dengan cara mengumpulkan bukti gambar, dan lain sebagainya.

E. Teknik Pengolahan Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang karena dianggap tidak relevan. Uji validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁷³

Oleh karena itu sebagai alat ukur ini haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila digunakan sebagai validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti. Untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,1 (10%). Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor item. Hasil validitasnya dapat diketahui pada semua item pertanyaan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.⁷⁴

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 157.

⁷⁴ Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019), hlm. 58.

b. Uji Reabilitas

Uji realibilitas adalah alat ukur kesesuaian dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk mencapai kesesuaian dan kepekaan dan uji reliabilitas yang diharapkan maka perlu sebelumnya apa yang akan diukur dan metode pengumpulan data apa yang akan digunakan.⁷⁵ Uji reabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid.

Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁷⁶ Kriteria dalam pengujian reliabilitas yaitu apabila *Croanbach Alpha* > 0,60 maka variabel dikatakan reliabel. Sedangkan apabila *Croanbach Alpha* < 0,60 maka variabel dikatakan tidak reliabel.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan apakah berdistribusi normal atau tidak normal. Data yang mempunyai distribusi normal berarti data dikatakan dapat mewakili populasi. Uji

⁷⁵ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, edisi kedua, Cet. Ke:9, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 106.

⁷⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 169.

normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah nilai residual tersalurkan secara normal atau tidak. Jadi uji normalitas tidak dilakukan pada masing-masing variabel melainkan pada nilai residualnya.⁷⁷ Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 25 dengan melihat *One-Sampel Kolmogrov Smirnov*. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,1$, maka berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,1$, maka berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah terjadinya kolerasi atau hubungan yang hampir sempurna diantara variabel independent. Adanya multikolinearitas menyebabkan suatu model regresi memiliki varian yang besar sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat.⁷⁸ Untuk menguji apakah ada hubungan yang liner antara variabel terikat dalam model regresi merupakan tujuan dari uji multikolinearitas. Nilai *tolerance* dan *variance infistion factor* (VIF) digunakan pada penelitian ini. Jika nilai VIF > 10 maka

⁷⁷ Agus Irianto, *Statistika Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangannya* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 272.

⁷⁸ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021), hlm. 85.

terjadi multikolinearitas dalam penelitian. Sebaliknya jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian. Kemudian jika nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya jika nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residu yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Kriteria pengujian yaitu apabila signifikan hasil korelasi $< 0,1$ maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas. Namun, apabila signifikan hasil korelasi $> 0,1$ maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.⁷⁹

3. Analisis Regresi Sederhana

Dalam menganalisis data pada rumusan masalah yang diteliti, peneliti menggunakan teknik regresi linier sederhana. Sehingga peneliti dapat mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Adapun persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X + e$$

⁷⁹ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 16-17.

Keterangan:

Y = Minat Berwirausaha

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Untuk Variabel Media Sosial

X = Media Sosial

e = *Error*⁸⁰

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) dan juga untuk mengetahui sampai sejauh mana ketetapan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu: apabila semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0 \leq R^2 \leq 1$ dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang berbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- 2) $R^2 = 1$, berarti ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.

⁸⁰ Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 240.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁸¹ Dengan menggunakan aplikasi SPSS, maka pengambilan kesimpulan dengan cara berikut:

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

⁸¹ Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 161.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. Sejarah

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

Tindak lanjut dari Perpres tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki 4 Fakultas

yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN Padangsidimpuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN.⁸²

b. Visi dan Misi

1) Visi

Menjadi pusat pengembangan ekonomi dan bisnis Islam berbasis *teoantropoekosentris* (*Al-Ilahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniyah*) dan berperan aktif di tingkat internasional.

⁸² <https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/febi/sejarah/>, Diakses pada Tanggal 31 Agustus 2022, Pukul 21.23.

2) Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan berkualitas secara konsep dan praktis yang berbasis *teoantropoekosentris*.
- b) Meningkatkan kualitas penelitian di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis *teoantropoekosentris*.
- c) Meningkatkan kualitas pengabdian kepada masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis *teoantropoekosentris*.
- d) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan pemangku kepentingan internasional dan nasional.
- e) Membangun sistem manajemen dengan tata kelola dan budaya mutu yang baik berbasis teknologi informasi dan komunikasi.⁸³

2. Program Studi Ekonomi Syariah

a. Sejarah Ekonomi Syariah

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

⁸³<https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/febi/visi-dan-misi-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-islam/>, Diakses pada Tanggal 31 Agustus 2022, Pukul 21.32.

Tindak lanjut dari Perpres tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidempuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidempuan memiliki 4 Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN Padangsidempuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan

status dari Jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN.⁸⁴

b. Visi, Misi, dan Tujuan Prodi Ekonomi Syariah

1) Visi

Menjadi Pusat Pengembangan Keilmuan dan Keahlian dalam Bidang Ekonomi Syariah Berbasis *Teoantropoekosentris* dan berkontribusi di tingkat Internasional.

2) Misi

- a) Menyelenggarakan program pendidikan yang unggul di bidang ilmu ekonomi syariah yang Berbasis *Teoantropoekosentris*.
- b) Menyelenggarakan kegiatan penelitian yang kompetitif di bidang ilmu ekonomi syariah yang dapat diterapkan dalam dunia akademik dan masyarakat.
- c) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang ekonomi syariah.
- d) Membangun kerja sama dengan pemangku kepentingan di tingkat regional, nasional, dan internasional di bidang ilmu ekonomi.⁸⁵

3) Tujuan

- a) Menghasilkan sarjana ekonomi dalam bidang ekonomi syariah yang menguasai ilmu-ilmu ekonomi syariah serta mampu mengaplikasikannya secara amanah, profesional, dan berjiwa kewirausahaan.
- b) Menghasilkan karya-karya penelitian yang kompetitif bidang ekonomi syariah.
- c) Menghasilkan program Pengabdian kepada Masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang ekonomi syariah.
- d) Terbangunnya jejaring kerja sama dengan pemangku kepentingan yang berkelanjutan dan saling memberi manfaat.⁸⁶

⁸⁴ <https://febi.iain-padangsidempuan.ac.id/program-studi-ekonomi-syariah/>, Diakses pada Tanggal 31 Agustus 2022, Pukul 22.00.

⁸⁵ <https://febi.iain-padangsidempuan.ac.id/program-studi-ekonomi-syariah/>, Diakses pada Tanggal 31 Agustus 2022, Pukul 22.00.

B. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data primer agar mengetahui pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan melalui penyebaran kuesioner kepada 77 responden yang menjadi sampel penelitian. Adapun proses penelitian dan penyebaran angket yang dilakukan penelitian dari bulan Agustus 2022 sampai bulan September 2022.

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Berdasarkan karakteristik gambaran responden seperti jenis kelamin dapat digambarkan sesuai penjelasan di bawah ini. Peneliti mendeskripsikan jenis kelamin responden penelitian yang dapat dilihat pada tabel IV.1 sebagai berikut:

Tabel IV.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	12	15,58%
Perempuan	65	84,42%
Jumlah	77	100%

Sumber: Data diolah pada tahun 2022.

⁸⁶ <https://febi.iain-padangsidempuan.ac.id/program-studi-ekonomi-syariah/>, Diakses pada Tanggal 31 Agustus 2022, Pukul 22.00.

Tabel IV.1 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan jenis kelamin perempuan dan laki-laki. Persentase responden berjenis perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki (84,42% > 15,58%).

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Media Sosial (X)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,648	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 77$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $R_{tabel} = 0,1888$	Valid
2	0,645		Valid
3	0,247		Valid
4	0,631		Valid
5	0,536		Valid
6	0,747		Valid
7	0,526		Valid
8	0,523		Valid
9	0,354		Valid
10	0,453		Valid

Sumber: Data yang di olah dari hasil SPSS versi 25.

Berdasarkan Tabel IV.2, jumlah soal yang di uji untuk variabel media sosial sebanyak 10 soal, dimana 10 soal tersebut dinyatakan valid (memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan $n = 77$ dan nilai $r_{tabel} = 0,1888$.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Minat Berwirausaha (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,509	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 77$. Pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $R_{tabel} = 0,1888$	Valid
2	0,539		Valid
3	0,510		Valid
4	0,562		Valid
5	0,642		Valid
6	0,485		Valid
7	0,471		Valid
8	0,574		Valid

Sumber: Data yang di olah dari hasil SPSS versi 25.

Berdasarkan Tabel IV.3, jumlah soal yang di uji untuk variabel minat berwirausaha sebanyak 8 soal, dimana 8 soal tersebut dinyatakan valid (memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan $n = 77$ dan nilai $r_{tabel} = 0,1888$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Berikut hasil uji reliabilitas media sosial dan minat berwirausaha:

Tabel IV. 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah item	Keterangan
Media Sosial	0,714	10	Reliabel
Minat Berwirausaha	0,634	8	Reliabel

Sumber: Data yang di olah dari hasil SPSS versi 25.

Berdasarkan tabel IV.4 reliabilitas media sosial (X) dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* $0,714 > 0,60$ dan minat berwirausaha nilai *Cronbach's Alpha* $0,634 > 0,60$ dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan analisis data yang dilakukan dengan menguji normalitas data yang menggunakan data program SPSS Versi 25. Data variabel yang baik adalah apabila hasil perhitungan KS lebih besar dari 0,1 pada uji normalitas dengan *Kolmogrov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel ini:

Tabel IV. 5
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.82360478
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.060
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Data yang di olah dari hasil SPSS versi 25.

Berdasarkan Tabel IV. 5 dapat dilihat hasil uji normalitas bahwa nilai *Asymp. Sig (2- tailed)* sebesar 0,200 artinya nilai signifikansi $0,200 > 0,1$ jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Apabila nilai VIF $< 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji. Namun, jika nilai VIF $> 0,1$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

Tabel IV. 6
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
MEDIA SOSIAL	1.000	1.000

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

Sumber: Data yang di olah dari hasil SPSS versi 25.

Berdasarkan Tabel IV. 6 diketahui bahwa nilai VIF dari variabel media sosial adalah $1,000 < 10,00$, jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari variabel di atas lebih kecil dari 10,00

sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independent. Dan nilai *tolerance* untuk variabel media sosial $1,000 > 0,1$, jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* variabel di atas lebih besar dari 0,1 sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independent.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka dapat dikatakan terjadi masalah pada heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,1$ dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji *spearman's rho* yaitu sebagai berikut:

Tabel IV. 7
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

			MEDIA SOSIAL	Unstandar dized Residual
Spearman's rho	MEDIA SOSIAL	Correlation Coefficient	1.000	-.015
		Sig. (2-tailed)	.	.898
		N	77	77
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.015	1.000
		Sig. (2-tailed)	.898	.
		N	77	77

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

Sumber: Data yang diolah dari hasil SPSS versi 25.

Berdasarkan Tabel IV.7 di atas hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel media sosial $0,898 > 0,1$, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak mengalami masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel dependen terhadap variabel independen. Adapun hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.572 ^a	.327	.318	2.842

a. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL

b. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS versi 25.

Dari tabel IV. 8 diperoleh angka R sebesar 0,572, artinya korelasi antara variabel media sosial terhadap minat berwirausaha sebesar 0,572. Hubungan antara media sosial terhadap minat berwirausaha berada pada interpretasi hubungan yang kuat, hal ini sesuai dengan tabel di atas. Nilai R *square* sebesar 0,327 artinya media sosial mampu menjelaskan variabel dependen atau minat berwirausaha sebesar 32,7% sedangkan 67,3% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji Signifikansi Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel media sosial terhadap minat berwirausaha. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel IV. 9
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.709	2.502		6.280	.000
	MEDIA	.413	.068	.572	6.039	.000
	SOSIAL					

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUUSAHA

Sumber: Data diolah dari hasil SPSS versi 25.

Dari Tabel IV. 9 dapat dilihat bahwa t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$, $df = (77-1-1) = 75$ hasil yang diperoleh dari $t_{\text{tabel}} 1,665$. Dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel media sosial adalah 6,039, ini berarti $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($6,039 > 1,665$), berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

6. Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan model regresi linear sederhana karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independent dengan satu variabel dependen, dan juga untuk mendeskripsikan nilai dari variabel dependen apabila nilai independent mengalami kenaikan atau penurunan, serta untuk mengetahui arah hubungan pengaruh variabel independent terhadap

variabel dependen. Dari analisis dengan menggunakan program SPSS, diketahui bahwa hasil analisis regresi sederhana seperti tabel di bawah ini:

Tabel IV. 10
Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.709	2.502		6.280	.000
	MEDIA SOSIAL	.413	.068	.572	6.039	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRUSAHA

Sumber: Data yang diolah dari hasil SPSS versi 25.

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha. Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X + e$$

Keterangan:

Y = Minat Berwirausaha

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Untuk Variabel Media Sosial

X = Media Sosial

e = *Error*

Berdasarkan tabel koefisien regresi yang diperoleh dari analisis regresi pada tabel di atas, maka dapat disusun persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 15,709 + 0,413X + e$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresi diestimasi sebagai berikut:

- a. Angka nilai konstanta (a) sebesar 15,709 artinya apabila media sosial (X) dalam keadaan konstanta atau 0, maka nilai konsisten minat berwirausaha (Y) adalah sebesar 15,709.
- b. Angka koefisien Regresi (b_1) sebesar 0,413 artinya bahwa setiap penambahan 1% tingkat media sosial (X) maka minat berwirausaha (Y) akan meningkat sebesar 0,413. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa media sosial (X) berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (Y) mahasiswa.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi satu sama lain berupa teks, gambar, audio, maupun video dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diaui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Kehadiran media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan guna membangun hubungan yang baik.

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 dan mengolah hasil dari jawaban para

responden dari angket yang telah peneliti sebarakan melalui bantuan Program SPSS Versi 25. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi media sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dalam upaya mempengaruhi minat berwirausaha dapat diwakili oleh besarnya koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis diketahui R sebesar sebesar 0,572, artinya korelasi antara variabel media sosial terhadap minat berwirausaha sebesar 0,572. Hubungan antara media sosial dalam mendorong minat berwirausaha berada pada interpretasi hubungan yang kuat, hal ini sesuai dengan tabel di atas. Nilai R^2 sebesar 0,327 artinya media sosial mampu menjelaskan variabel dependen atau minat berwirausaha sebesar 32,7%, sedangkan 67,3% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui signifikan tidaknya ditunjukkan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Untuk mengetahuinya diperlukan uji hipotesis dengan menghitung uji t . Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, hasil perhitungan uji t ialah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6,039 > 1,665$). Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Selanjutnya dari koefisien regresi diketahui besarnya parameter standar koefisien untuk variabel media sosial (X) dengan variabel dependen yaitu minat berwirausaha (Y) setara dengan nilai sebesar 0,461 (X) dengan konstanta 13,908 sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15,709 + 0,413X + e$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresi yang diestimasi. Nilai konstanta (a) sebesar 15,709 artinya apabila media sosial (X) dalam keadaan konstanta atau 0, maka minat berwirausaha (Y) nilainya sebesar 15,709. Angka koefisien Regresi (b₁) sebesar 0,413 artinya bahwa setiap penambahan 1% tingkat media sosial (X) maka minat berwirausaha (Y) akan meningkat sebesar 0,413. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa media sosial (X) berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (Y) mahasiswa.

Media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hal ini didukung oleh teori dari Ratna Sari Dewi (2018) yang mengatakan bahwa media sosial menawarkan fasilitasi setiap orang dapat terhubung satu dengan yang lainnya. Menjadi kemudahan dalam mempromosikan maupun menjual barang-barang tanpa menyediakan lapak yang terbilang mahal. Mengembangkan kretaitas dalam berwirausaha di kalangan mahasiswa

dengan penggunaan media sosial menjadi salah satu dampak positif bagi penggunaan media sosial itu sendiri. Jadi dapat disimpulkan bahwa untuk mendorong minat dalam berwirausaha membutuhkan sebuah pengetahuan tentang kreativitas dan kewirausahaan yaitu dengan penggunaan ataupun pengaruh dari media sosial.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna itu sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan bahan materi dari penelitian ini, seperti kurangnya buku-buku yang menjelaskan lebih detail tentang variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini.
2. Dalam menyebarkan angket tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas yang diperoleh.
3. Minat berwirausaha yang dibahas pada penelitian ini adalah kenyataan yang terlibat pada bentuk pernyataan dan sikap secara alamiah dari mahasiswa bukan hanya kemauan atau keinginan semata. Oleh karena itu untuk mengukur minat berwirausaha diukur dengan kegiatan dalam menggunakan media sosial.

4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu cuma 1 variabel independent. Sedangkan masih banyak variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi hasil penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dari pembahasan di atas mengenai “Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan” menunjukkan bahwa data yang diolah dalam penelitian adalah data yang berdistribusi normal, sehingga dapat dilanjutkan untuk pengujian asumsi klasik, korelasi, dan analisis regresi linear sederhana yang hasilnya menunjukkan bahwa:

Media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,039 > 1,665$), maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Besarnya pengaruh media sosial dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan adalah sebesar 0,327 yang berarti pengaruhnya sebesar 32,7%.

B. Saran

1. Bagi lembaga sebagai tempat peneliti meneliti menyarankan untuk lebih memotivasi mahasiswa dengan memperbanyak kegiatan yang berhubungan dengan mata kuliah kewirausahaan, bisnis *plan*, atau studi kelayakan bisnis. Yang telah ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam yaitu kegiatan *entrepreneurship days* dan bazar kewirausahaan untuk menambah pengetahuan dalam bidang bisnis yang berorientasi kepada kewirausahaan yang mengembangkan keterampilan serta keahlian yang dimiliki seorang mahasiswa dalam berwirausaha.

2. Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan sebaiknya memanfaatkan peluang dalam meningkatkan minat berwirausaha dengan tersedianya media sosial.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan perluasan sampel dalam pengolahan data, mengingat sampel digunakan dalam penelitian ini masih terbatas. Serta memperhatikan variabel-variabel lain karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain diluar variabel penelitian yang ada untuk mengungkapkan faktor-faktor lain yang berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa.
4. Bagi pembaca diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat mengembangkan ide yang lebih luas lagi, untuk melihat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat minat dalam berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ahmad Fadlan, *Kewirausahaan*, Medan: Pusdikra, 2020.
- Agus Irianto, *Statistika Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangannya*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Ali Ibrahim Hasyim, *Ekonomi Makro*, Jakarta: Prenada Media Group, 2017.
- Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017.
- Brilyanes Sanawiri dan Mohammad Iqbal, *Kewirausahaan*, Malang: UB Press, 2018.
- Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Daryanto dan Aris Dwi Cahyono, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Gava Media, 2013.
- Department Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2014.
- Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: ANDI, 2014.
- Ganefri dan Hendra Hidayat, *Pedagogi Entrepreneurship di Pendidikan Tinggi*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2013.
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, edisi kedua, Cet. Ke:9, Jakarta: Kencana, 2017.
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2019.

- Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi*, Jakarta: Amzah, 2015.
- Ratna Wijayanti Daniar Paramita, dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021.
- Rosarita Niken Widiastuti, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018.
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2018.
- Saban Echdar, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sarjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Raja Wali pers, 2012.
- Septy Nurfadhillah, *Media Pembelajaran*, Sukabumi: CV Jejak, 2021.
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- _____, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- _____, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019.
- Yusrita dan H. M. Nur Ridha Tarigan, *Pengantar Kewirausahaan*, Medan: Perdana Publishing, 2016.

Sumber Jurnal:

- A. Rafiq, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat", *Jurnal Global Komunika*, Vol. 1, No. 1, 2020.
- Afif Nur Rahmadi, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas

- Ekonomi Universitas Kadiri”, Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, Vol. 1, No.2, September 2017.
- Ahmad Setiadi, “Pemanfaat Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi”, Jurnal AMIK, Vol. 2, No. 1, 2018.
- Aisyah Mutiarasari, “Peran *Entrepreneur* Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran”, Jurnal Prodi Ekonomi Syariah, Vol. 1, No.2, Maret-Agustus, 2018.
- Arum Wahyuni Purbohastuti, “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi”, Jurnal Tirtayasa Ekonomika, Vol. 12, No. 2, Oktober 2017.
- Dian Intan Tangkeallo dan Randi Tangdialla, “Analisis Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja”, Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, Vo. 4, No. 1, Januari 2021.
- Dyah Indraswati, dkk, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram”, Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan, Vol. 9, No. 1, 2021.
- Eswanto Sugeng Rahayu dan Siti Laela, “Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa”, Jurnal Pengembangan Wiraswasta, Vol. 20, No. 3, Desember 2018.
- Fikri Maulana, “Motivasi Wirausaha dalam Islam”, Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 2, No. 1, 2019.
- Francisca R. Sinay, “Pendidikan Anak Berwawasan Kewirausahaan”, Jurnal Manajemen dan Bisnis Jurnal, Vol, 5, No. 2019.
- Gugus Kriswahyudi, “Membangun Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Jurnal Srikandi, Vol. 1, No. 1, 2022.
- Indra Zultiar dan Leonita Siwiyanti, “Menumbuhkan Nilai Kewirausahaan Melalui Market Day”, Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, Vol. 6, No. 11, Oktober 2017.
- Josia Sanchaya Hendrawan dan Hani Sirine, “Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan), Jurnal AJIE, Vol. 2, No. 3, 2017.
- Luh Italiyani, dkk, “Pengaruh Kemampuan, Keberanian, Keteguhan Hati dan Kreativitas Terhadap Kesuksesan Wirausahawan di Singaraja”, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, Vol. 11, No. 2, 2019.

Made Suardani, "Media Lingkungan Sekitar Dalam Pengembangan Minat Belajar Anak", Jurnal Tematik, Vol. 7, No. 1, 2021.

Muhammad Farhan, dkk, "Membangun Jiwa Wirausaha Dengan Pemanfaatan Platform Media Sosial dan Marketplace", Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi, Vol. 1, No. 3, 2021.

Muhammad Zunaedy, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Lumajang T.A 2020/2021", Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi, Vol. 6, No. 1, 2020.

Ni Made Rustini, dkk, "Pengaruh Motivasi, Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Seka Taruna di Kota Denpasar", Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi, Vol. 18, No. 2, 2019.

Noneng Sumiati, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kewirausahaan Pada Generasi Millenial", Jurnal Sosial dan Politik, Vol. 24, No. 1, 2019.

Rahmat Jumadi dan Nur Huri Mustofa, "Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Ekspektasi Pendapatan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis", Jurnal Al Maal, Vol. 3, No. 2, 2022.

Ratna Sari Dewi, "Penggunaan Media Sosial Terhadap Kreativitas Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Universitas Singaperbangsa Karawang", Jurnal Pendidikan Unsika, Vol. 6, No. 2, November 2018.

Ria Resti Agustin, "Pengaruh Ekspektasi pendapatan, Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, dan norma Subyektif Terhadap Minat untuk Berwirausaha", Jurnal E-JRA, Vol. 9, No. 4, 2020.

Siti Martiah, dkk., "Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Pilihan Karir Siswa" Jurnal SAP, Vol. 2, No. 3, 2018.

Zakiyah Darojah, dkk, "Pengaruh Kewirausahaan Dalam Pertumbuhan Ekonomi Islam di Indonesia", Jurnal Hukum Bisnis Islam, Vol. 8, No. 2, 2018.

Sumber Lainnya:

Anggun Putri Sari, "Pengaruh *Online Shop* Terhadap Minat Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu", Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, 2019.

Hasil Observasi, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Padangsidimpuan, 12 Maret 2022.

Hasil Wawancara Dengan Elya Rahmah Pane, Pada Tanggal 10 Maret 2022.

Hasil Wawancara Dengan Feni Oktalia Siregar, Pada Tanggal 10 Maret 2022.

Hasil Wawancara Dengan Risa Elviana Sitompul, Pada Tanggal 10 Maret 2002.

<https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/febi/sejarah/>, Diakses pada Tanggal 31 Agustus 2022, Pukul 21.23.

<https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/febi/visi-dan-misi-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-islam/>, Diakses pada Tanggal 31 Agustus 2022, Pukul 21.32.

<https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/program-studi-ekonomi-syariah/>, Diakses pada Tanggal 31 Agustus 2022, Pukul 22.00.

<https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/program-studi-ekonomi-syariah/>, Diakses pada Tanggal 31 Agustus 2022, Pukul 22.00.

<https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/program-studi-ekonomi-syariah/>, Diakses pada Tanggal 31 Agustus 2022, Pukul 22.00.

Mukhlis Fikrian, “Analisis Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Profil UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dan Profil FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan, <https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/febi/visi-dan-misi-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-islam/>, diakses pada Tanggal 31 Agustus, Pukul 15.00.

Salwa Aminah Lubis, “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2015”, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, 2019.

Septiana Cahya Saputri, “Potret Kewirausahaan Dengan Pemanfaatan Media Social Sebagai Penunjang Wirausaha Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta”, Skripsi, PPs Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020.

Yuyun Novia Tanjung, “Dampak Penggunaan Media Sosial Pada Akhlak Anak

Remaja di Desa Kedaton Induk Lampung Timur”, Skripsi, Merto: IAIN

Metro, 2019.



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

Nomor : 2033 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/08/2022
Lampiran : -
Hal : **Izin Penelitian**

11 Agustus 2022

Yth. Sdr. Melati Wahyuni Nasution

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, menyetujui surat permohonan izin penelitian Saudara tanggal 22 Juli 2022 dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Aii Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan memberikan izin pra penelitian kepada:

Nama : Melati Wahyuni Nasution
NiM : 1840200178
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

dalam menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan".

Demikian surat ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan semestinya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb



Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 2856 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2021
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

02 Desember 2021

Yth. Ibu;

1. Delima Sari Lubis : Pembimbing I
2. Ildi Aini : Pembimbing II

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

Nama : Melati Wahyuni Nasution
NIM : 1840200178
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an Dekan
Wakil Dekan Sidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

CURICULUM VITAE

(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : MELATI WAHYUNI NASUTION
NIM : 18 402 00178
Tempat/ Tanggal Lahir : Padangsidempuan/ 11 Mei 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 2 dari 3 bersaudara
Alamat : Jalan Sultan Hasanuddin, Kec. Padangsidempuan
Utara, Kota Padangsidempuan
Agama : Islam

DAFTAR ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Hamsar Nasution
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Masrida Siregar
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jalan Sultan Hasanuddin, Kec. Padangsidempuan
Utara, Kota Padangsidempuan

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2006 – 2011 : SD Negeri 200110 Padangsidempuan
Tahun 2012 - 2015 : SMP Negeri 1 Padangsidempuan
Tahun 2016 - 2018 : SMA Negeri 2 Padangsidempuan

Lampiran 2

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Ihdi Aini, M. E.**

Nip : **198912252019032 010**

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.”**.

Yang disusun oleh:

Nama : Melati Wahyuni Nasution

NIM : 18 402 00178

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah (MB-2)

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

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

Padangsidempuan, Agustus 2022

Validator,

Ihdi Aini, M. E.

NIP. 198912252019032010

LEMBAR VALIDASI MEDIA SOSIAL

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang peneliti susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu/Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	Nomor Soal		V	VR	TV
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif			
Komunitas Online	1,2	3			
Interaksi	4	5			
Aksesibilitas	6	7			
Kredibilitas	8,9	10			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, Agustus 2022
Validator,

Ihdi Aini, M. E.
NIP. 198912252019032010

LEMBAR VALIDASI ANGKET MINAT BERWIRUSAHA

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang peneliti susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu/Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	Nomor Soal		V	VR	TV
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif			
Keberanian	1,2				
Kemampuan	3	4			
Keteguhan hati	5,6,7				
Kreativitas	8				

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, Agustus 2022

Validator,

Ihdi Aini, M. E.
NIP. 198912252019032010

KATA PENGANTAR ANGKET (KUESIONER)

Kepada Yth.

Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Di- Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan Hormat, saudara/i dalam rangka menyelesaikan Karya Ilmiah (Skripsi) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Padangsidimpuan, maka saya:

Nama : Melati Wahyuni Nasution

Nim : 18 402 00178

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan peneliti mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam Bidang Ekonomi Syariah, dengan judul **“Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan”**

Atas kesediaan Saudara/i meluangkan waktu membantu saya untuk mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat saya,

Melati Wahyuni Nasution

NIM. 18 402 00178

ANGKET (KUESIONER) PENELITIAN
PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MENDORONG MINAT
BERWIRSAUSAHA PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN PADANGSIDIMPUAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Mohon kesediaan Saudara/i untuk menjawab beberapa pernyataan berikut ini, dengan mengisi bagian yang sudah tersedia:

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawablah pernyataan berikut dengan member tanda *chek list* (√) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

3. Pertanyaan ini semata-mata untuk tujuan penelitian.

III. DAFTAR PERNYATAAN

A. Angket Variabel Independen (X) Media Sosial

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Adanya kemudahan untuk memberikan saran berupa produk yang menumbuhkan minat berwirausaha di media sosial					
2	Adanya peluang menjalin hubungan yang kuat antara penjual dan pembeli di media sosial					
3	Saya tidak tertarik untuk bergabung dengan komunitas online yang berkaitan dengan kegiatan jual beli					
4	Saya mendapatkan informasi dengan cepat terkait produk terbaru dengan adanya interaksi di media sosial					
5	Saya tidak tertarik dengan informasi produk yang ditawarkan lewat media sosial					
6	Saya mengakses media sosial sebagai peluang dalam membuka sebuah usaha					
7	Saya tidak membutuhkan banyak biaya untuk mulai berjualan di media sosial					
8	Media sosial sebagai wadah paling relevan dalam membuka sebuah usaha					
9	Saya percaya media sosial dapat membantu saya dalam berjualan					
10	Kurangnya kepercayaan untuk memulai sebuah usaha jika lewat media sosial					

B. Angket Variabel Dependen (Y) Minat Berwirausaha

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya terdorong berwirausaha karena wirausaha dapat memberikan peluang yang besar dimasa depan					
2	Saya berkeinginan berwirausaha karena saya mampu mengelola suatu usaha					
3	Saya tertarik berwirausaha karena saya mampu mengatasi ketakutan terhadap dunia usaha					
4	Saya tidak tertarik untuk memulai membuka usaha karena saya tidak yakin dengan kemampuan saya					
5	Saya mempelajari segala sesuatu tentang dunia wirausaha					
6	Berwirausaha menjadi pilihan yang menarik bagi saya					
7	Saya berani memulai usaha karena melihat pengalaman teman saya yang sudah memiliki usaha					
8	Saya berkeinginan berwirausaha karena saya memiliki kreativitas dan mampu memanfaatkan peluang yang ada					

Lampiran 3**Tabel
Tabulasi Angket Variabel Media Sosial (X)**

Responden	MEDIA SOSIAL (X)										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	3	5	5	5	4	4	3	4	43
2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	37
3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	36
5	5	4	1	4	5	5	5	4	1	5	39
6	4	5	3	4	2	4	3	3	3	4	35
7	4	4	3	5	3	4	3	3	2	4	35
8	4	4	3	5	4	5	3	4	2	5	39
9	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
10	4	4	3	5	3	4	4	4	3	4	38
11	4	4	1	4	4	3	2	2	2	3	29
12	1	3	2	4	4	2	4	4	4	4	32
13	5	4	3	4	4	4	5	5	1	5	40
14	5	5	2	5	4	4	4	4	3	4	40
15	5	5	1	5	5	5	3	4	1	4	38
16	5	5	1	5	5	5	5	5	1	5	42
17	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
18	5	4	4	5	2	5	5	4	4	5	43
19	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	34
20	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	37
21	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
22	4	3	2	4	4	4	4	4	2	4	35
23	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	46
24	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	42
25	5	4	1	4	5	4	5	5	2	3	38
26	4	4	3	4	4	4	5	4	3	5	40
27	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	37
28	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	36
29	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	39
30	3	4	2	3	4	4	4	3	2	3	32
31	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	35
32	3	4	2	3	4	4	4	3	2	3	32
33	4	4	3	2	4	3	5	4	3	3	35
34	4	4	4	5	4	3	4	5	3	3	39
35	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	38

36	4	4	3	3	1	4	4	4	3	5	35
37	4	4	3	1	2	4	4	5	3	4	34
38	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	39
39	4	4	3	4	5	5	4	5	3	4	41
40	4	4	3	3	5	5	5	4	4	5	42
41	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	40
42	4	4	3	5	4	5	3	2	5	3	38
43	4	4	3	2	1	5	2	2	3	4	30
44	4	4	5	3	3	4	5	2	2	2	34
45	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	35
46	3	2	4	3	3	2	4	3	4	3	31
47	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
48	3	2	3	3	2	2	3	3	2	4	27
49	3	5	4	5	3	3	3	3	1	4	34
50	3	2	2	3	4	3	3	3	2	5	30
51	3	2	3	3	3	2	3	3	2	4	28
52	4	3	3	4	4	3	4	4	3	5	37
53	3	2	3	3	4	3	5	5	3	4	35
54	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	36
55	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	26
56	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	32
57	5	5	4	3	5	5	5	5	3	4	44
58	4	4	4	3	3	3	5	4	3	4	37
59	4	4	3	5	5	4	5	5	5	3	43
60	5	2	3	4	5	5	4	4	2	2	36
61	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	34
62	3	3	3	3	4	2	4	4	2	3	31
63	2	3	3	3	4	3	4	4	3	2	31
64	4	5	2	2	4	2	4	4	2	2	31
65	3	2	3	3	4	3	4	3	2	3	30
66	4	3	3	4	4	3	4	3	2	2	32
67	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	34
68	4	3	4	4	5	4	2	2	3	5	36
69	5	4	4	5	5	5	5	5	4	2	44
70	4	4	3	4	2	3	5	4	5	4	38
71	3	2	5	3	4	4	3	4	5	3	36
72	2	2	3	3	2	1	4	5	4	3	29
73	5	2	2	3	3	1	2	4	4	3	29
74	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	34
75	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	39
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	28

Tabel
Tabulasi Angket Variabel Minat Berwirausaha (Y)

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

36	5	4	3	3	2	4	1	4	26
37	4	4	3	5	4	4	3	4	31
38	5	4	3	4	4	4	3	5	32
39	4	5	5	3	4	4	3	5	33
40	4	4	5	4	5	4	3	5	34
41	4	5	4	3	3	2	2	3	26
42	4	4	5	4	4	5	2	4	32
43	4	3	3	2	1	4	5	4	26
44	4	4	3	3	2	4	2	5	27
45	4	3	4	5	4	3	4	3	30
46	5	3	4	4	5	4	4	3	32
47	4	2	4	4	4	4	4	4	30
48	3	2	4	3	2	2	2	2	20
49	4	5	5	3	3	4	2	1	27
50	5	4	5	3	4	4	3	3	31
51	4	4	4	3	4	4	3	2	28
52	4	4	3	4	4	4	3	3	29
53	4	3	4	4	4	4	4	3	30
54	4	4	3	4	4	4	3	3	29
55	4	4	4	5	3	3	2	2	27
56	4	2	4	4	4	4	3	3	28
57	2	5	4	3	4	4	5	5	32
58	4	4	4	3	4	4	4	3	30
59	3	5	4	5	5	4	4	4	34
60	5	5	5	5	5	5	4	5	39
61	5	4	4	5	4	4	3	3	32
62	4	3	4	3	4	5	4	4	31
63	5	4	4	5	4	4	3	3	32
64	4	2	5	4	2	4	4	3	28
65	4	3	5	4	4	4	3	3	30
66	4	4	4	4	4	4	2	3	29
67	4	3	3	4	5	4	4	4	31
68	4	4	3	4	4	4	4	4	31
69	5	5	5	5	5	5	4	4	38
70	5	4	5	3	5	5	4	4	35
71	5	4	3	2	5	4	3	5	31
72	4	4	4	3	4	4	5	3	31
73	3	4	5	4	3	5	4	4	32
74	5	4	5	4	4	3	5	4	34
75	4	5	4	5	4	4	4	4	34
76	5	4	4	5	4	3	4	5	34
77	5	4	3	3	4	4	5	5	33

TOT	Pearson	.648**	.645**	.247*	.631**	.536**	.747**	.526**	.523**	.354**	.453**	1
AL	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.031	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77

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

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

UJI VALIDITAS MINAT BERWIRAUSAHA (Y)

Correlations

		MB1	MB2	MB3	MB4	MB5	MB6	MB7	MB8	TOTAL
MB1	Pearson	1	.225*	.224*	.271*	.270*	.162	.005	.219	.509**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.049	.050	.017	.017	.159	.965	.056	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
MB2	Pearson	.225*	1	.191	.159	.266*	.259*	.042	.256*	.539**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.049		.097	.166	.019	.023	.716	.025	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
MB3	Pearson	.224*	.191	1	.357**	.085	.184	.092	.081	.510**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.050	.097		.001	.460	.110	.429	.485	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
MB4	Pearson	.271*	.159	.357**	1	.395**	.194	.001	.091	.562**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.017	.166	.001		.000	.090	.992	.432	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
MB5	Pearson	.270*	.266*	.085	.395**	1	.280*	.225*	.251*	.642**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.017	.019	.460	.000		.014	.049	.028	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
MB6	Pearson	.162	.259*	.184	.194	.280*	1	.020	.216	.485**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.159	.023	.110	.090	.014		.861	.060	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
MB7	Pearson	.005	.042	.092	.001	.225*	.020	1	.293**	.471**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.965	.716	.429	.992	.049	.861		.010	.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
MB8	Pearson	.219	.256*	.081	.091	.251*	.216	.293**	1	.574**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.056	.025	.485	.432	.028	.060	.010		.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
TOT	Pearson	.509**	.539**	.510**	.562**	.642**	.485**	.471**	.574**	1
AL	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77

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

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

UJI RELIABILITAS MEDIA SOSIAL

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.714	10

UJI RELIABILITAS MINAT BERWIRAUSAHA

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.634	8

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.82360478
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.060
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.709	2.502		6.280	.000		
	MEDIA SOSIAL	.413	.068	.572	6.039	.000	1.000	1.000

- a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

Correlations

			MEDIA SOSIAL	Unstandardized Residual
Spearman's rho	MEDIA SOSIAL	Correlation Coefficient	1.000	-.015
		Sig. (2-tailed)	.	.898
		N	77	77
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.015	1.000
		Sig. (2-tailed)	.898	.
		N	77	77

UJI HETEROSKDEDASTISITAS

UJI REGRESI LINEAR SEDRHANA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.709	2.502		6.280	.000		
	MEDIA SOSIAL	.413	.068	.572	6.039	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRSAHA

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.572 ^a	.327	.318	2.842

a. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL

b. Dependent Variable: MINAT BERWIRSAHA

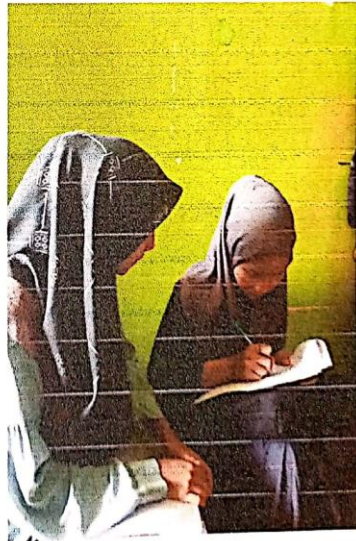
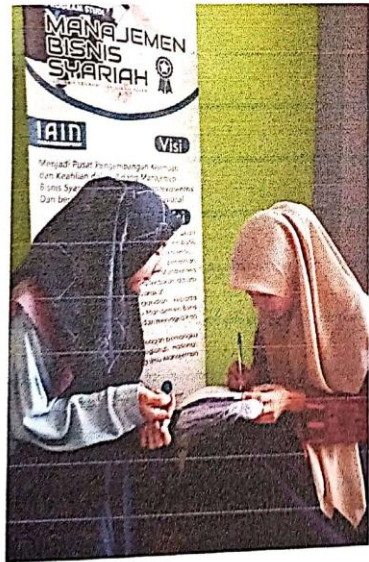
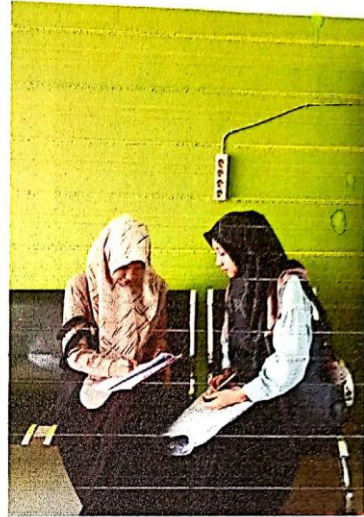
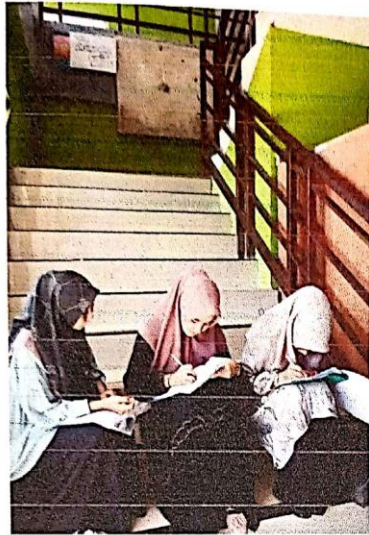
UJI PARSIAL (UJI t)

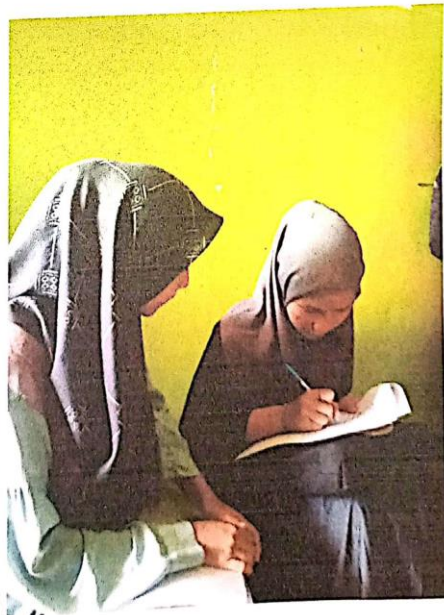
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.709	2.502		6.280	.000
	MEDIA SOSIAL	.413	.068	.572	6.039	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRSAHA

DOKUMENTASI





Melati Wahyuni

ORIGINALITY REPORT

33%
SIMILARITY INDEX

32%
INTERNET SOURCES

9%
PUBLICATIONS

9%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	13%
2	repository.radenintan.ac.id Internet Source	4%
3	febi.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	3%
4	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to IAIN Padangsidimpuan Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	1%
7	ojs.unm.ac.id Internet Source	1%
8	journal.unsika.ac.id Internet Source	1%
9	adoc.pub Internet Source	1%