

Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis

Rahmat Jumadi^{1*}, Nur Huri Mustofa²

^{1,2} Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, Indonesia

* rahmatmuslim2000@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the using social media, entrepreneurship education, income expectations, and religiosity on business interests. This research is a type of quantitative research and the data used are primary data. The populatioin in this study were students of the islamic Economics and Business Faculty, Salatiga State Islamic Institute with the criteria that they had taken entrepreneurship courses. The number of samples in this study were 93 students with a proportional stratified random sampling technique. The methid of data collection is through the distribution of questionnaires which are then analyzed by multiple linier regression. The resut of this study are the social media and entrepreneurship education has no effect on business interest, while income expectations and religiosity affect business interest.

Keywords: Social Media; Entrepreneurship Education; Income Expectations; Religiosity.

ABSTRAK

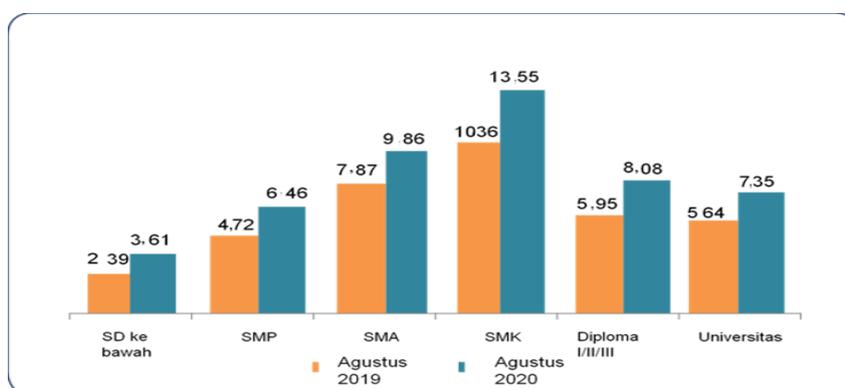
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, dan religiusitas terhadap minat bisnis. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dan data yang digunakan yaitu data primer. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga dengan kriteria yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 93 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel Proporsionate Stratified Random Sampling. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner yang kemudian dianalisis dengan Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu media sosial dan pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat bisnis, sedangkan ekspektasi pendapatan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat bisnis..

Kata kunci : Media Sosial; Pendidikan Kewirausahaan; Ekspektasi Pendapatan; Religiusitas; Minat Bisnis.

PENDAHULUAN

Pengangguran merupakan permasalahan utama yang menjadi penghambat berkembangnya perekonomian suatu negara contohnya Indonesia. Pengangguran terpelajar atau tidak terpelajar merupakan masalah serius bagi negara berkembang maupun miskin. Fakta ini merupakan problem yang sudah ada sejak lama ada yang sampai sekarang pun pemerintah belum mendapatkan solusi yang tepat untuk memecahkan masalah pengangguran ini. Persoalan tingginya tingkat pengangguran di Indonesia tumbuh pesat disebabkan oleh total tenaga kerja yang bertambah banyak tiap tahunnya tetapi tidak diimbangi dengan tersedianya lapangan pekerjaan yang luas (Ratno, 2020).

Gambar 1 tingkat pengangguran terbuka (TPT) menurut tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan (persen) Agustus 2019-Agustus 2020



Sumber: (<https://www.bps.go.id>, 2020)

Pemerintah Indonesia telah melaksanakan berbagai cara guna mengurangi tingginya pengangguran di negara ini. Wirausaha merupakan salah satu alternatif bagi pemerintah untuk mengatasi masalah pengangguran di Indonesia. Jumlah pengusaha Indonesia hanya ada 3,5 persen dari total masyarakat. Angka tersebut masih rendah apabila disandingkan dengan negara Malaysia 5 persen, China 10 persen, Singapura 7 persen, Jepang 11 persen dan Amerika Serikat 12 persen hal ini diungkapkan oleh Sekretaris Menteri Koperasi dan UMKM (<https://kemenkopukm.go.id>, 2020). Hal ini menandakan bahwa saat ini minat berwirausaha mahasiswa masih rendah. Alumni dari perguruan tinggi cenderung lebih memilih bekerja sebagai pegawai pemerintah dan karyawan swasta yang memiliki pendapatan tetap setiap bulan.

Pendidikan kewirausahaan merupakan faktor penting yang harus diajarkan untuk menanamkan nilai inovatif, kreatif, serta keterampilan dan pengetahuan ketika berwirausaha (Maulida et al., 2019). Dengan adanya pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu merangsang seseorang untuk memiliki minat berwirausaha. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, terutama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tanggung jawab untuk menumbuhkan jiwa pengusaha pada mahasiswa dengan tujuan mampu menciptakan suatu usaha sehingga dapat menurunkan banyaknya pengangguran yang ada. Salah satu hal yang dilakukan IAIN Salatiga melalui Fakultas Ekonomi yaitu dengan memasukkan pendidikan kewirausahaan sebagai mata kuliah yang diajarkan di kampus.

Media sosial adalah suatu media online yang dimanfaatkan seseorang dimana penggunanya mampu ikut berkontribusi, melakukan komunikasi, saling bertukar dan menulis blog, jaringan sosial, komunitas dan dunia maya tanpa ada batasan ruang dan waktu. Contohnya : Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp dan lain sebagainya (<https://id.wikipedia.org>, 2021). Dengan hal itu dapat dijadikan sebuah preferensi bagi pemerintah agar menyusun kebijakan yang bisa mendukung kemajuan bisnis. Sehingga mahasiswa maupun pelaku usaha mulai tertarik dan berminat memanfaatkan teknologi dalam bisnisnya. Media sosial memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi bisa dimanfaatkan melihat seorang pengusaha sukses yang bisa menjadi panutan untuk berwirausaha.

Pendapatan merupakan penghasilan yang didapatkan individu dalam bentuk uang dan barang setelah melakukan pekerjaan. Menjadi seorang pengusaha mampu mendapatkan penghasilan yang dapat dimanfaatkan guna mencukupi keperluan hidup sehari-hari (Suhartini, 2011). Dorongan agar memperoleh pendapatan inilah yang bisa memunculkan minat menjadi pengusaha. Ekspektasi pendapatan adalah salah satu faktor yang mampu membuat individu melakukan suatu hal seperti minat berwirausaha. Seseorang yang memiliki ekspektasi mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi dengan berwirausaha dibandingkan dengan gaji seorang pegawai, maka inilah alasan yang bisa menjadi pemacu semangat untuk berwirausaha.

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi minat berbisnis mahasiswa yaitu religiusitas. Religiusitas didefinisikan melalui setinggi apa dalam ilmu, sekuat apa kepercayaan, melaksanakan ibadah dan keyakinan, dan dalam pendalaman terhadap agama yang diyakininya (Prayogo, 2020). Agama dan dunia kewirausahaan itu merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan. Karena di dalam agama islam mengatur segala aktivitas manusia, termasuk dalam konteks bermuamalah seperti berwirausaha. Dalam berwirausaha terdapat hal pokok yang harus dilakukan adalah memastikan bahwa segala bentuk kegiatan didalamnya terjamin kehalalannya, dan juga faktor yang perlu diperhatikan di agama islam adalah memegang teguh budi pekerti sebagai pengusaha berdasarkan ketentuan syariat (Prayogo, 2020).

Tabel 1 Riset Gap penelitian terdahulu dalam penelitian:

<i>No</i>	<i>Peneliti</i>	<i>Variabel</i>	<i>Hasil</i>
	<i>Handayani, Wibowo dan Prabowo, 2020</i>	<i>Media Sosial (X1) Pendidikan Kewirausahaan (X2) Minat Berwirausaha (Y)</i>	<i>Media sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha</i>
	<i>Sektyaningsih, Hardianawati dan Aisyah, 2020</i>	<i>Pendidikan Kewirausahaan (X1) Inovasi (X2) Motivasi Berwirausaha (X3) Minat Berwirausaha (Y)</i>	<i>Pendidikan Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha</i>
	<i>Sintya, 2019</i>	<i>Motivasi (X1) Efikasi Diri (X2) Ekspektasi Pendapatan (X3) Lingkungan Keluarga (X4) Pendidikan Kewirausahaan (X5)</i>	<i>Ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha</i>

<i>Herweni, 2019</i>	<i>Minat Berwirausaha (Y)</i> <i>Religiusitas (X1)</i> <i>Lingkungan Eksternal (X2)</i> <i>Minat Berwirausaha (X3)</i>	<i>Religiusitas memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa</i>
----------------------	---	--

KAJIAN LITERATUR

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior yaitu teori yang menggambarkan mengenai keinginan (minat) seseorang untuk melaksanakan tindakan atau aktivitas tertentu (Sukmaningrum & Rahardjo, 2017). Teori of Planned Behavior yaitu mayoritas seseorang dalam melakukan aktivitasnya didasari oleh akal dan pikiran yang sehat. Informasi yang ada digunakan untuk mempertimbangkan dampak langsung dan tidak langsung dari kegiatan yang dilakukan. Teori planned behavior dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu Attitude toward the behavior, Subjective norm, dan Perceived behavior control (Ajzen, 1991).

Pada tahun 2005 Azjen mengembangkan lagi Theory Planned of Behavior yaitu dengan menambahkan faktor-faktor yang mendasari seseorang yaitu Keyakinan Perilaku (behavioral beliefs), keyakinan Normatif (normative beliefs), Norma Subjektif (subjective norms), Keyakinan akan sebuah tingkah laku dapat dilakukan (control beliefs), Persepsi kemampuan kontrol (perceived behavioral control), Keinginan dalam melaksanakan tindakan (behavior intention dan Faktor yang mendasari (background factors) (Ramdhani, 2011).

Media Sosial

Media sosial adalah media berbasis internet dimana para penggunanya dapat memnggnakannya untuk berinteraksi, saling bertukar informasi dan membuat sesuatu yang tumbuh sehingga dapat memberikan dampak kepada masyarakat. Media sosial yaitu suatu media online yang memiliki fasilitas yang bisa dimanfaatkan guna mendapatkan informasi, menciptakan sesuatu dan berkomunikasi secara cepat dan tanpa ada batasan. Pemanfaatan media sosial merupakan kegiatan maupun aktivitas individu melalui alat yang digunakan dan dimanfaatkan untuk berbagi kabar berita, menjalin kerja sama, saling berinteraksi dengan media sosial (Muhiba, 2020).

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan yaitu ilmu pendidikan yang berisi mengenai belajar nilai-nilai, keterampilan serta aktivitas untuk memecahkan dari segala permasalahan hidup dalam berwirausaha (Aryaningtyas & Palupiningtyas, 2017). Pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam pengembangan pengetahuan serta keterampilan (skill), memungkinkan mereka dapat mandiri dari keterampilan kewirausahaan mereka. Pendidikan kewirausahaan dirancang untuk menanamkan dan meningkatkan intelektual dan keterampilan berwirausaha (Zulatsari & Soesatyo, 2018)

Ekspektasi pendapatan

Seseorang yang bekerja untuk dirinya sendiri maka memiliki peluang untuk memperoleh penghasilan yang lebih besar apabila disandingkan ketika menjadi pekerja kepada seseorang seperti, pegawai negeri dan karyawan. Ekspektasi pendapatan yaitu suatu keinginan individu dengan penghasilan yang didapatnya dari mengerjakan sebuah pekerjaan maupun berwirausaha. Gaji atau penghasilan yang besar menjadi suatu hal yang menarik seseorang untuk lebih tertarik mendirikan usaha dibandingkan menjadi pegawai (Oktarina et al., 2020).

Religiusitas

Religiusitas didefinisikan melalui setinggi apa dalam ilmu, sekuat apa kepercayaan, melaksanakan ibadah dan keyakinan, dan dalam pendalaman terhadap agama yang diyakininya (Prayogo, 2020). Dalam dunia bisnis, agama dapat menjamin tindakan yang seseorang lakukan dalam aktivitas bisnisnya, yaitu menjalankan bisnis yang mengedepankan etika, kejujuran, dan terpercaya (Muhamad & Mizerski, 2010).

Minat bisnis

Minat merupakan perasaan kemauan dari hati seseorang dalam mengerjakan atau melaksanakan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan tanpa ada paksaan dari orang lain. Teori Holland mengasumsikan terdapat 6 macam bagian minat, antara lain realistik, investigatif, artistik, sosial, enterprising, dan konvensional. Teori ini menyebutkan tentang minat pekerjaan, sehingga mampu dikorelasikan dengan minat pilihan karir, misalnya untuk berminat menjadi wirausaha. Jadi, teori Holland melihat lingkungan kerja, karakter individu serta perkembangannya serta hubungan seseorang kepada lingkungannya sebagai hal utama saat memilih karir masa depan (Setiyaningsih, 2017).

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Handayani et al., 2020) tentang media sosial dan pendidikan kewirausahaan pengaruhnya terhadap minat berwirausaha, maka hipotesis penelitian ini yaitu:

H^1 = Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis

Berdasarkan penelitian (Indriyani & Margunani, 2018) tentang pengaruh kepribadian, pendidikan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha, hipotesis penelitian yaitu:

H^2 = Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis

Berdasarkan penelitian (Hamdani, 2020) Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi, hipotesis penelitian yaitu:

H_3 = Ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis

Berdasarkan penelitian (Prayogo, 2020) tentang pengaruh tingkat religiusitas, ekspektasi pendapatan dan motivasi terhadap minat berwirausaha dengan pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderasi, hipotesis penelitian yaitu:

H^4 = Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan diolah menggunakan metode statistik. Penelitian kali ini memprioritaskan kepada pengaruh media sosial, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan dan religiusitas terhadap minat bisnis

Definisi Variabel

Variabel Independen (X) dan (Y) yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu:

- Media Sosial merupakan media online berbentuk pelayanan berbasis web yang dapat menghubungkan satu orang dengan yang lainnya, sehingga memungkinkan seseorang untuk membuat data pribadi serta memungkinkan untuk berbagi informasi, membuat konten, memberi komentar, bekerja sama, semua dapat dilakukan dengan mudah cepat (Hasibuan, 2019).
- Pendidikan Kewirausahaan adalah proses pembuatan berbagai macam aktifitas dengan cara-cara tertentu untuk mendapatkan pengetahuan mengenai kewirausahaan dengan tujuan untuk mewujudkan kesejahteraan seseorang dan memberi manfaat untuk masyarakat (Rifai & D.W.P, 2016).
- Ekspektasi Pendapatan adalah harapan seseorang akan penghasilan yang didapatkan setelah melakukan pekerjaan atau bisnis. Pengusaha adalah pekerjaan yang dapat menarik seseorang apabila memiliki pendapatan yang lebih besar apabila dibandingkan menjadi pegawai (Oktarina et al., 2020).
- Religiusitas adalah sebuah kondisi dalam diri seseorang yang mendorong untuk melaksanakan segala perintah dan aturan di hidupnya yang ada dalam ajaran agamanya sesuai kadar ketaatan kepada tuhan (Nadzir & Wulandari, 2013).
- Minat Bisnis adalah perasaan tertarik terhadap suatu aktivitas bisnis yang menciptakan sebuah usaha yang dapat memberi manfaat untuk diri sendiri dan lingkungan sekitar (Sintya, 2019)

Populasi dan Sampel

Sampel yaitu anggota yang berasal dari keseluruhan yang ada pada populasi itu, atau elemen kecil dari populasi yang diteliti berdasarkan aturan jadi sudah bisa digunakan sebagai wakil dari seluruh populasi (Siyoto & Sodik, 2015). Jumlah populasi yaitu sebanyak 1354 mahasiswa, untuk mendapatkan berapa sampel yang diteliti yaitu memakai rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%, jadi didapatkan sampel sejumlah 93 responden. Jenis data yang dipakai pada penelitian ini merupakan data primer. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data primer dalam penelitian yang dilakukan memakai kuesioner.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- Melakukan Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)
- Melakukan Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas)
- Uji Statistik (Uji T, Uji F, dan Uji R²)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

<i>Variabel</i>	<i>Pertanyaan</i>	<i>r hitung</i>	<i>r tabel</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Media Sosial (X1)</i>	<i>Item 1</i>	<i>0,755</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 2</i>	<i>0,747</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 3</i>	<i>0,592</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 4</i>	<i>0,706</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 5</i>	<i>0,676</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 6</i>	<i>0,564</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
<i>Pendidikan Kewirausahaan (X2)</i>	<i>Item 1</i>	<i>0,822</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 2</i>	<i>0,868</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 3</i>	<i>0,875</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 4</i>	<i>0,856</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 5</i>	<i>0,807</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
<i>Ekspektasi Pendapatan (X3)</i>	<i>Item 1</i>	<i>0,763</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 2</i>	<i>0,849</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 3</i>	<i>0,870</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 4</i>	<i>0,792</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
<i>Religiusitas (X4)</i>	<i>Item 1</i>	<i>0,708</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 2</i>	<i>0,842</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 3</i>	<i>0,71</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 4</i>	<i>0,761</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 5</i>	<i>0,796</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
<i>Minat Bisnis (Y)</i>	<i>Item 1</i>	<i>0,835</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 2</i>	<i>0,899</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 3</i>	<i>0,911</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>
	<i>Item 4</i>	<i>0,841</i>	<i>0,171</i>	<i>Valid</i>

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan ditemukan nilai hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Data yang didapatkan lalu dibandingkan dengan nilai r tabel, nilai r tabel dicari dengan nilai signifikansi 0,1 yaitu uji dua sisi dengan total data $n = 93$. Maka didapatkan bahwa $df = n-2$ yaitu 91, jadi nilai r tabel yaitu 0,171. Sehingga bisa tarik kesimpulan yaitu item-item pertanyaan pada setiap variabel dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Media Sosial Pendidikan Kewirausahaan</i>	<i>0,740</i>	<i>Reliabel</i>
<i>Ekspektasi Pendapatan</i>	<i>0,899</i>	<i>Reliabel</i>
<i>Religiusitas</i>	<i>0,816</i>	<i>Reliabel</i>
<i>Minat Bisnis</i>	<i>0,807</i>	<i>Reliabel</i>
	<i>0,892</i>	<i>Reliabel</i>

Dari tabel di atas bisa dilihat jika hasil uji reliabilitas instrumen nilai Cronbach's Alpha dari seluruh variabel mendapatkan nilai $> 0,60$ jadi bisa diambil kesimpulan jika variabel media sosial, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, religiusitas dan minat bisnis pada penelitian yang dilakukan dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

<i>Variabel^a</i>	<i>Koefisien</i>	<i>Std. Deviasi</i>	<i>t hitung</i>	<i>Sig.</i>
<i>(Constant)</i>	<i>-5,699</i>	<i>3,612</i>	<i>-1,557</i>	<i>0,118</i>
<i>Penggunaan Media Sosial</i>	<i>0,068</i>	<i>0,089</i>	<i>0,759</i>	<i>0,450</i>
<i>Pendidikan Kewirausahaan</i>	<i>0,125</i>	<i>0,116</i>	<i>1,080</i>	<i>0,283</i>
<i>Ekspektasi Pendapatan</i>	<i>0,590</i>	<i>0,159</i>	<i>3,710</i>	<i>0,000</i>
<i>Religiusitas</i>	<i>0,226</i>	<i>0,101</i>	<i>2,232</i>	<i>0,028</i>
<i>R Square</i>	<i>= 0,569</i>			
<i>Adj. R Square</i>	<i>= 0,550</i>			
<i>F Statistik</i>	<i>= 29,065</i>			
<i>Sig F</i>	<i>= 0,000</i>			

Dari tabel di atas, maka didapatkan persamaan regresi linier berganda yaitu: $MB = -5,699 + 0,068 MS + 0,125 PK + 0,590 EP + 0,226 R$

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
<i>N</i>		93
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3,13629618
Most Extreme Differences	Absolute	,111
	Positive	,046
	Negative	-,111
Kolmogorov-Smirnov Z		1,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,204

Dari Tabel di atas, hasil uji normalitas yang menggunakan metode One Sample Kolmogorov Smirnov mendapatkan hasil jika data berdistribusi normal dengan bukti bahwa nilai signifikansi $0,204 > 0,05$.

Uji Multikolinieritas

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	<i>t</i>	Sig.	Collinearity Statistics	
		<i>B</i>	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5,699	3,612		-1,577	,118		
	Media Sosial	,068	,089	,080	,759	,450	,443	2,259
	Pendidikan Kewirausahaan	,125	,116	,128	1,080	,283	,349	2,867
	Ekspektasi	,590	,159	,407	3,710	,000	,408	2,453
	Pendapatan							
	Religiusitas	,226	,101	,236	2,232	,028	,438	2,281

Dari Tabel di atas, didapatkan jika hasil dari uji multikolinieritas yang dilakukan nilai VIF dari variabel media sosial (X1) $2,259 < 10,00$. Nilai VIF dari variabel pendidikan kewirausahaan (X2) $2,867 < 10,00$. Nilai VIF dari variabel ekspektasi pendapatan (X3) $2,453 < 10,00$. Dan nilai VIF dari variabel religiusitas (X4) $2,281 < 10,00$. Jadi bisa diambil kesimpulan yaitu tidak adanya indikasi multikolinieritas diantara setiap variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	<i>t</i>	Sig.	Collinearity Statistics	
		<i>B</i>	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,901	2,378		2,482	,015		
	Media Sosial	-,029	,059	-,078	-,493	,623	,443	2,259
	Pendidikan Kewirausahaan	-,031	,076	-,073	-,413	,680	,349	2,867

<i>Ekspektasi</i>	,009	,105	,015	,089	,929	,408	2,453
<i>Pendapatan</i>							
<i>Religiusitas</i>	-,028	,067	-,067	-,420	,675	,438	2,281

Dari Tabel di atas, diketahui bahwa semua variabel menunjukkan nilai signifikansinya > 0,05 jadi bisa dinyatakan jika data pada penelitian yang dilakukan tidak ditemukan adanya gejala heteroskedastisitas

Uji Statistik

Uji T-test

Tabel 8 Hasil Uji T

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>1 (Constant)</i>	-5,699	3,612		-1,577	,118
<i>Media Sosial</i>	,068	,089	,080	,759	,450
<i>Pendidikan</i>	,125	,116	,128	1,080	,283
<i>Kewirausahaan</i>					
<i>Ekspektasi</i>	,590	,159	,407	3,710	,000
<i>Pendapatan</i>					
<i>Religiusitas</i>	,226	,101	,236	2,232	,028

Berdasarkan hasil uji statistik tabel di atas, menunjukkan jika t hitung setiap variabel sebagai berikut:

- Media sosial mempunyai nilai t hitung sebesar 0,759 serta nilai signifikansi sebesar 0,450. Nilai signifikansi 0,450 > 0,05 maka H0 diterima, sehingga dapat diartikan jika media sosial tidak memberikan pengaruh terhadap minat bisnis. Dari hasil ini, maka hipotesis 1 pada penelitian yang mengatakan apabila media sosial berpengaruh terhadap minat bisnis ditolak.
- Pendidikan kewirausahaan mempunyai nilai t hitung sebesar 1,080 dan nilai signifikansi sebesar 0,283. Nilai signifikansi 0,283 > 0,05 maka H0 diterima, sehingga dapat diartikan jika pendidikan kewirausahaan tidak memberikan pengaruh terhadap minat bisnis. Dari hasil ini, maka hipotesis 2 pada penelitian ini yang mengatakan apabila pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat bisnis ditolak.
- Ekspektasi pendapatan memiliki nilai t hitung sebesar 3,710 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak, sehingga dapat diartikan jika ekspektasi pendapatan memberikan pengaruh positif terhadap minat bisnis. Dari hasil ini, maka hipotesis 3 dalam penelitian ini yang mengatakan apabila ekspektasi pendapatan memberikan pengaruh positif terhadap minat bisnis diterima.
- Religiusitas memiliki nilai t hitung sebesar 2,232 dan nilai signifikansi sebesar 0,028. Nilai signifikansi 0,028 < 0,05 maka H0 ditolak, sehingga dapat diartikan jika religiusitas memberikan pengaruh positif terhadap minat bisnis. Dari hasil ini, maka hipotesis 4 dalam penelitian ini yang mengatakan apabila religiusitas memberikan pengaruh positif terhadap minat bisnis diterima.

Uji F-Test

Tabel 9 Hasil Uji F

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	1195,572	4	298,893	29,065	,000 ^b
	<i>Residual</i>	904,945	88	10,283		
	<i>Total</i>	2100,516	92			

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 26,065 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi bisa disimpulkan jika variabel media sosial, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, dan religiusitas secara simultan dapat memberi pengaruh positif terhadap minat bisnis.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10 Hasil Uji R

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,754 ^a	,569	,550	3,207

Hasil tabel di atas nilai koefisien R Square sebesar 0,569, dari angka tersebut mendapatkan hasil yaitu jika ada korelasi yang besar antara variabel bebas terhadap variabel terikat diakibatkan oleh nilai R mendekati angka 1. Sehingga bisa diambil kesimpulan jika variabel media sosial, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, dan religiusitas memiliki pengaruh sebesar 56% terhadap variabel minat bisnis dan sisanya sebesar 44% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Media Sosial terhadap minat bisnis

Hasil uji penelitian variabel media sosial mendapatkan jawaban yaitu jika media sosial tidak memberikan pengaruh terhadap minat bisnis dan dapat dibuktikan melalui hasil uji t, didapatkan nilai koefisien variabel media sosial (X1) terhadap minat bisnis (Y) yaitu 0,759 dan nilai signifikansi sebesar $0,450 > 0,05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Handayani et al., 2020) yang menyatakan jika media sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap minat bisnis

Hasil dari uji penelitian variabel pendidikan kewirausahaan mendapatkan hasil yaitu jika pendidikan kewirausahaan tidak memberikan pengaruh terhadap minat bisnis dengan bukti lewat hasil uji t, didapatkan nilai koefisien variabel pendidikan kewirausahaan (X2) terhadap minat bisnis (Y) yaitu 1,080 dan nilai signifikansi sebesar $0,283 > 0,05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Indriyani & Margunani, 2018) yang menyatakan jika pendidikan kewirausahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap minat bisnis

Hasil uji penelitian variabel ekspektasi pendapatan menunjukkan jika ekspektasi pendapatan memberikan pengaruh positif terhadap minat bisnis dengan dibuktikan melalui hasil uji t, didapatkan nilai koefisien variabel pendidikan kewirausahaan (X3) terhadap minat bisnis (Y) yaitu 3,710 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Hamdani, 2020) yang menyatakan jika ekspektasi pendapatan memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha

Pengaruh Religiusitas terhadap minat bisnis

Hasil uji penelitian variabel religiusitas menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara positif terhadap minat bisnis. yang dibuktikan melalui hasil uji t, didapatkan nilai koefisien variabel pendidikan kewirausahaan (X4) terhadap minat bisnis (Y) yaitu 2,232 dan nilai signifikansi sebesar $0,028 < 0,05$. Hasil ini sepemikiran dengan penelitian (Prayogo, 2020) jika religiusitas memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa media sosial dan pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat bisnis, sedangkan ekspektasi pendapatan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat bisnis. Variabel yang memberi pengaruh paling tinggi adalah variabel ekspektasi pendapatan dengan nilai koefisien 0,392. Sehingga variabel ekspektasi pendapatan menjadi prioritas yang tetap dijaga keberadaannya untuk meningkatkan minat bisnis.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behaviour.
- Aryaningtyas, A. T., & Palupiningtyas, D. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Dukungan Akademik Terhadap Niat Kewirausahaan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa STIEPARI Semarang). *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN & BISNIS*, 18(2), 140. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1398>
- Hamdani, A. (2020). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan dan Ecommerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi. 153.
- Handayani, C. M. S., Wibowo, T. S., & Prabowo, T. A. (2020). Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen. 1411, 12.
- Hasibuan, E. A. (2019). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2017-2018.
- <https://id.wikipedia.org>. (2021). Media sosial. In Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. Di akses pada 16 Juli 2021. https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Media_sosial&oldid=18470056.

Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis

- <https://kemenkopukm.go.id>. (2020). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Di akses pada 16 Juli 2021. <https://kemenkopukm.go.id/read/kemenkop-dan-ukm-berharap-lulusan-perguruan-tinggi-dituntut-berkarya-kreatif-dan-inovatif>
- <https://www.bps.go.id>. (2020). BPS 2020. 12.
- Indriyani, L., & Margunani. (2018). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha.
- Maulida, M. N., Irdiana, S., & Fauziah, A. (2019). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang. 8.
- Muhamad, N., & Mizerski, D. (2010). The constructs mediating religions' influence on buyers and consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 124–135. <https://doi.org/10.1108/17590831011055860>
- Muhiba, F. N. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Siswa Menjadi Entrepreneur RPL SMKN 9 Malang. 173.
- Nadzir, A. I., & Wulandari, N. W. (2013). Hubungan Religiusitas Dengan Penyesuaian Diri Siswa Pondok Pesantren. 10.
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. 3, 6.
- Prayogo, B. B. (2020). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Ekspektasi Pendapatan, dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Pendidikan Kewirausahaan Sebagai Variabel Moderasi. 150.
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis. *BULETIN PSIKOLOGI*, 15.
- Ratno, F. A. (2020). Penggunaan E-Commerce Dalam Pembelajaran Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Profesional Bisnis Religius Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga. *Jurnal PROFIT Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 7(1), 60–68. <https://doi.org/10.36706/jp.v7i1.10177>
- Rifai, I. A., & D.W.P, S. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Pelaksanaan Kegiatan Business Center Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Negeri 2 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. *Journal of Economic Education*, 13.
- Setyaningsih, D. (2017). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Pemanfaatan Business Center dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Tata Niaga SMK Negeri 1 Bawang Banjarnegara Tahun Ajaran 2016/2017.
- Sintya, N. M. (2019). Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Rahmat & Nur Huri Mustofa

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.

Suhartini, Y. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwiraswasta*. 22.

Sukmaningrum, S., & Rahardjo, M. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory Of Planned Behavior*. 12.

Zulatsari, M. R., & Soesatyo, Y. (2018). *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2015*. 6(3), 4.