

# SERASI

Jurnal Vol. 18 No. 1 April 2020

ISSN: 2085-0700 (cetak) 2622-5913 (online)

- ❖ **PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK DAN EKSTRINSIK MAHASISWA TERHADAP PEMBELAJARAN BERBASIS *E-LEARNING* PADA MATAKULIAH PENGETAHUAN KESEKRETARISAN DAN PRAKTIK KESEKRETARISAN**  
Iis Torisa Utami
- ❖ **EFEKTIVITAS PELAKSANAAN SOSIALISASI EMPAT PILAR KEHIDUPAN BERBANGSA DAN BERNEGARA OLEH DESY RATNASARI SEBAGAI ANGGOTA MPR**  
Medya Apriliansyah
- ❖ **KESALAHAN BERBAHASA TAKSONOMI KATEGORI LINGUISTIK DAN KOMPETENSI GRAMATIKAL SURAT LAMARAN KERJA DALAM BAHASA INGGRIS PADA MAHASISWA AKADEMI SEKRETARI BUDI LUHUR**  
Rizky Eka Prasetya
- ❖ **ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, MOTIVASI INTRINSIK, DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA**  
Tio Prasetio
- ❖ **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PARTISIPASI ANGGOTA KOPERASI**  
Hesti Umiyati dan Sri Ristiyanti
- ❖ **PERAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DALAM PEMASARAN PRODUK PERBANKAN PADA KONSUMEN DI PT DWI CERMAT INDONESIA JAKARTA**  
Katry Anggraini dan Agung Widodo



JURNAL SEKRETARI & ADMINISTRASI

# SERASI

Jurnal Serasi | Vol. 18 | No. 1 | April 2020

ISSN: 2085-0700 (cetak) 2622-5913 (*online*)

- ❖ **PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK DAN EKSTRINSIK MAHASISWA TERHADAP PEMBELAJARAN BERBASIS *E-LEARNING* PADA MATAKULIAH PENGETAHUAN KESEKRETARISAN DAN PRAKTIK KESEKRETARISAN**  
Iis Torisa Utami
- ❖ **EFEKTIVITAS PELAKSANAAN SOSIALISASI EMPAT PILAR KEHIDUPAN BERBANGSA DAN BERNEGARA OLEH DESY RATNASARI SEBAGAI ANGGOTA MPR**  
Medya Apriliansyah
- ❖ **KESALAHAN BERBAHASA TAKSONOMI KATEGORI LINGUISTIK DAN KOMPETENSI GRAMATIKAL SURAT LAMARAN KERJA DALAM BAHASA INGGRIS PADA MAHASISWA AKADEMI SEKRETARI BUDI LUHUR**  
Rizky Eka Prasetya
- ❖ **ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, MOTIVASI INTRINSIK, DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA**  
Tio Prasetio
- ❖ **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PARTISIPASI ANGGOTA KOPERASI**  
Hesti Umiyati dan Sri Ristiyanti
- ❖ **PERAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DALAM PEMASARAN PRODUK PERBANKAN PADA KONSUMEN DI PT DWI CERMAT INDONESIA JAKARTA**  
Katry Anggraini dan Agung Widodo





Akademi Sekretari Budi Luhur, Jakarta  
Website: <http://astri.budiluhur.ac.id>  
**Jurnal Serasi | Vol. 18 | No. 1 | April 2020**

Jurnal Sekretari dan Administrasi

Penanggung Jawab:

Dr. Ir. Wendi Usino, M.M., M.Sc.

Pemimpin Redaksi:

Achmad Syarif, S.T., M.Kom.

Penyunting:

Rizky Eka Prasetya, S.Hum., M.Hum.

Mitra Bestari:

Dr. Arief Wibowo, M.Kom.

Dr. Agustinus Rustanta, S.Pd., M.Si.

Reni Hariyani, S.E., M.Akt.

Alamat Redaksi:

Layanan Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Akademi Sekretari Budi Luhur

Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta 12260

Telepon: 021-5853753 ext 223

Faks: 021-7371165

E-mail: [serasi@budiluhur.ac.id](mailto:serasi@budiluhur.ac.id)

*Online* Jurnal: <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/serasi>



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga Jurnal Serasi Vol. 18 No. 1 April 2020 ini bisa diterbitkan. Jurnal Serasi edisi ke delapan belas nomor satu ini terbit dalam dua media yaitu cetak dan *online* dengan nomor ISSN *online* 2622-5913 yang dapat diakses melalui laman <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/serasi>. Edisi ini diawali dengan penyajian tentang pengaruh motivasi intrinsik dan ekstrinsik mahasiswa terhadap pembelajaran berbasis e-learning pada matakuliah pengetahuan kesekretarisan dan praktik kesekretarisan.

Pembahasan berikutnya adalah tentang efektivitas pelaksanaan sosialisasi empat pilar kehidupan berbangsa dan bernegara oleh Desy Ratnasari sebagai anggota MPR. Selanjutnya adalah pembahasan tentang kesalahan berbahasa taksonomi kategori linguistik dan kompetensi gramatikal surat lamaran kerja dalam bahasa Inggris pada mahasiswa Akademi Sekretari Budi Luhur.

Pembahasan berikutnya adalah analisis pengaruh penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Selanjutnya adalah pembahasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan terhadap partisipasi anggota koperasi. Edisi ini ditutup dengan pembahasan tentang peran teknologi komunikasi dalam pemasaran produk perbankan pada konsumen di PT Dwi Cermat Indonesia Jakarta.

Jakarta, Mei 2020

Achmad Syarif, S.T., M.Kom.

Pemimpin Redaksi



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK DAN EKSTRINSIK MAHASISWA TERHADAP PEMBELAJARAN BERBASIS <i>E-LEARNING</i> PADA MATAKULIAH PENGETAHUAN KESEKRETARISAN DAN PRAKTIK KESEKRETARISAN	
Iis Torisa Utami .....	1
EFEKTIVITAS PELAKSANAAN SOSIALISASI EMPAT PILAR KEHIDUPAN BERBANGSA DAN BERNEGARA OLEH DESY RATNASARI SEBAGAI ANGGOTA MPR	
Medya Apriliansyah.....	13
KESALAHAN BERBAHASA TAKSONOMI KATEGORI LINGUISTIK DAN KOMPETENSI GRAMATIKAL SURAT LAMARAN KERJA DALAM BAHASA INGGRIS PADA MAHASISWA AKADEMI SEKRETARI BUDI LUHUR	
Rizky Eka Prasetya .....	25
ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, MOTIVASI INTRINSIK, DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA	
Tio Prasetyo .....	35
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PARTISIPASI ANGGOTA KOPERASI	
Hesti Umiyati dan Sri Ristiyanti .....	47
PERAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DALAM PEMASARAN PRODUK PERBANKAN PADA KONSUMEN DI PT DWI CERMAT INDONESIA JAKARTA	
Katry Anggraini dan Agung Widodo.....	59



# ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, MOTIVASI INTRINSIK, DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

Tio Prasetyo  
Universitas Budi Luhur

## ABSTRAK

Jumlah pengangguran yang semakin meningkat tidak diikuti dengan luasnya kesempatan untuk bekerja. Membuka lapangan pekerjaan menjadi solusi terbaik dari ketatnya persaingan mencari pekerjaan. Faktor-faktor yang mendorong minat untuk berwirausaha antara lain penggunaan media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan mengenai kewirausahaan. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Budi Luhur Program Studi Akuntansi dan Mahasiswa Akademi Sekretari Budi Luhur Program Studi Sekretari. Sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* dengan 66 orang responden yang telah lulus kriteria. Metode penelitian bersifat kuantitatif dengan teknik analisis korelasi dan regresi berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan dan memiliki korelasi positif terhadap minat berwirausaha. Sedangkan untuk variabel motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan nilai signifikansi 0.000 dengan koefisien determinasi sebesar 61.6%.

**Kata Kunci:** Penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, pengetahuan kewirausahaan, minat berwirausaha.

## *ANALYSIS THE INFLUENCE USE OF SOCIAL MEDIA, INTRINSIC MOTIVATION, AND ENTREPRENEURSHIP KNOWLEDGE ON STUDENT ENTREPRENEURIAL INTEREST*

### ABSTRACT

*Broad work opportunities did not accompany the increase in the number of unemployed. Opening businesses is the best solution as the competition for the intensity of job seeker. The factors that encourage interest in entrepreneurship include the use of social media, intrinsic motivation and knowledge of entrepreneurship. This study aim is to analyze the effect of social media use, intrinsic motivation and entrepreneurial knowledge on students' interest in entrepreneurship partially and simultaneously. The population of this study were students of accounting Study Program of Universitas Budi Luhur and Secretarial Study Program of Akademi Sekretari Budi Luhur. The research sample used purposive sampling method with 66 respondents passed the criteria. The research method is quantitative with analysis techniques of correlation and multiple regression. The results of the study partially determine that the variable use of social media does not have a significant effect and has a positive correlation with interest in entrepreneurship. In addition, the variables intrinsic motivation and entrepreneurial knowledge have a significant and positive effect on interest in entrepreneurship. The results of the research simultaneously determine that the use of social media, motivation, and entrepreneurial knowledge has a significant effect on student interest in entrepreneurship with a significance value of 0.000 with a coefficient of determination of 61.6%.*

**Keywords:** *Use of social media, intrinsic motivation, entrepreneurship knowledge, entrepreneurial interest.*

---

**Korespondensi:** Tio Prasetyo, S.E., M.Akt. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur. Jl. Raya Ciledug Petungkang Utara Kode Pos 12260. Email: tio.prasetyo@budiluhur.ac.id

Submitted: Maret 2020, Accepted: April 2020, Published: Mei 2020

ISSN: 2085-0700 (cetak) 2622-5913 (online), Website: <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php?journal=serasi>

## PENDAHULUAN

Memasuki era revolusi 4.0 tantangan untuk mencari kerja di kalangan lulusan perguruan tinggi semakin ketat dan jumlah peluang penawaran kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan. Pemerintah masih menghadapi persoalan tingginya angka pengangguran terdidik. Hal ini tercermin dari Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) lulusan universitas dengan rentang pendidikan S1 hingga S3 yang mencapai 737.000 orang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), per Agustus 2019, jumlah pengangguran lulusan universitas mencapai 5,67 persen dari total angkatan kerja sekitar 13 juta orang (<https://www.inews.id/finance>, tanggal akses 5 November 2019). Kondisi tersebut sangat mengkhawatirkan mengingat persaingan untuk mendapatkan pekerjaan akan semakin ketat karena harus beradu kompetensi dan keahlian tertentu dengan pekerja asing yang datang dari terbukanya pasar bebas. Perguruan tinggi sebagai lembaga pencetak sumber daya manusia yang unggul diharapkan dapat memberi kontribusi besar terhadap upaya peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

Minat untuk menjadi seorang wirausaha bagi mahasiswa Universitas dan Akademi Sekretari Budi Luhur masih kurang. Jiwa kemandirian untuk berbisnis dalam diri mahasiswa belum maksimal. Mereka beranggapan setelah lulus kuliah akan menjadi karyawan dari sebuah perusahaan. Sehingga pola pikir yang terbentuk adalah mencari pekerjaan bukan untuk membuka lapangan pekerjaan.

Media sosial memberikan terobosan untuk merubah pola pikir di lingkungan mahasiswa Universitas dan Akademi Sekretari Budi Luhur untuk berwirausaha, bisa memperkecil resiko untuk gagal dan mempermudah untuk memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang lainya itu menggunakan internet (Herwaman Kartajaya, 2008).

Faktor lain yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha adalah motivasi. Motivasi sebagai salah satu faktor pendukung penting yang dapat mendorong keberanian seseorang untuk memutuskan berwirausaha sangat dibutuhkan dalam diri seorang mahasiswa (Hariyani & Prasetio, 2019). Motivasi yang dimaksudkan di sini adalah motivasi intrinsik yaitu motivasi yang timbul dalam diri individu mahasiswa itu sendiri.

Selain motivasi, pengetahuan kewirausahaan menjadi faktor lain yang dapat menumbuhkan minat seorang dalam berwirausaha. Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan. Untuk menjadi wirausaha yang sukses diperlukan perencanaan bisnis yang matang dan berani untuk mengambil risiko yang akan terjadi dalam menjalankan bisnis tersebut.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut: 1) Mahasiswa belum memiliki minat berwirausaha. 2) Mahasiswa belum memiliki jiwa kemandirian dalam pola pikir berbisnis. 3) Semakin meningkatnya jumlah pengangguran yang

berasal dari Diploma dan Universitas. 4) Penggunaan media sosial yang belum maksimal dalam menjalankan usaha secara *online*. 5) Mahasiswa belum memiliki motivasi dari dalam diri sendiri dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu jenis media sosial yang digunakan dibatasi dalam penelitian ini yaitu *Whatsapp, Instagram, Facebook* dan *Line*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Penggunaan media sosial yang memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 2) Motivasi intrinsik yang memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 3) Pengetahuan kewirausahaan yang memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 4) Penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pengetahuan kewirausahaan yang memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha secara parsial maupun simultan.

#### Minat Berwirausaha

Menurut Rahayu dan Laela (2018) minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (*self employed*) atau menjalankan usahanya sendiri. Minat

wirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan risiko yang akan dihadapi, belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macam-macam risiko berkaitan dengan tindakan yang dilakukannya.

#### Media Sosial

Media sosial menurut M. Hasym (2016) merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

#### Motivasi Intrinsik

Menurut M. Hasym (2016), motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan atau pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Menurut Handoko (2012), disebutkan bahwa motif dapat diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan.

Menurut M. Hasym (2016) motivasi instrinsik bersumber dari dalam individu. Motivasi

ini menghasilkan integritas dari tujuan-tujuan, baik tujuan organisasi maupun tujuan individu dimana keduanya dapat terpuaskan. Motivasi intrinsik menjadi pendorong kerja yang bersumber dari dalam diri pekerja sebagai individu, berupa kesadaran mengenai pentingnya pekerjaan yang dilaksanakan.

**Pengetahuan Kewirausahaan**

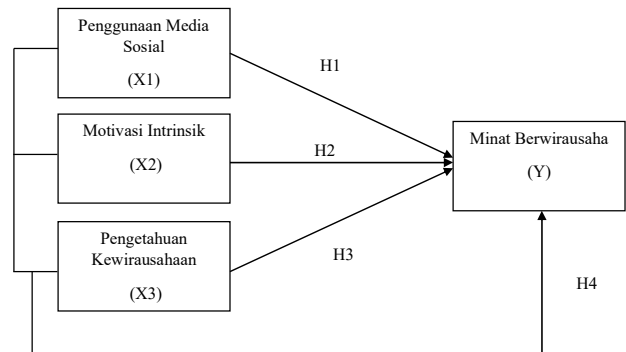
Pengetahuan terdiri dari pengetahuan langsung yaitu pengetahuan yang telah dimiliki oleh seorang wirausahawan sebelum ia menjadi seorang wirausaha serta pengetahuan tidak langsung yang diperolehnya dari berbagai pihak sebelum maupun saat ia telah menjadi seorang wirausaha (Kinanti, 2017).

**Hipotesis Penelitian**

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- H1 = Penggunaan media sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa
- H2 = Motivasi intrinsik berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa
- H3 = Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa
- H4 = Penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan seperti skema sebagai berikut:



**Gambar 1 Kerangka Pemikiran**

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

**METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas dimana metode ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha secara parsial maupun simultan.

**Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian ini terdiri dari variabel dependen minat berwirausaha (Y) dan variabel independen yang terdiri dari variabel penggunaan media sosial (X1), motivasi intrinsik (X2), dan pengetahuan kewirausahaan (X3) untuk mengungkapkan permasalahan dalam penelitian ini digunakan bukti empirik.

Sedangkan subjek penelitiannya adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur dan mahasiswa Program Studi Sekretari Akademi Sekretari Budi Luhur. Hal ini dikarenakan kedua

program studi tersebut ada mata kuliah Kewirausahaan dan ingin diketahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan bagi mahasiswa Akuntansi dan Sekretari yang memang mereka tidak diarahkan untuk menjadi wirausaha.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Budi Luhur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi dan Mahasiswa Akademi Sekretari Budi Luhur Program Studi Sekretari. Dalam penelitian ini tipe *sampling* yang digunakan yaitu *random sampling* dimana pengambilan anggota sampel tersebut dilakukan dengan berbagai kriteria, yaitu 1) Sampel adalah mahasiswa aktif Universitas Budi Luhur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi dan Program Studi Sekretari Akademi Sekretari Budi Luhur, 2) Sampel adalah mahasiswa yang sudah mendapatkan materi perencanaan bisnis, 3) Sampel adalah mahasiswa yang sudah mendapatkan teori mengenai kewirausahaan, 4) Sampel adalah mahasiswa yang sudah mendapatkan pengetahuan mengenai penyusunan laporan keuangan dalam bisnis dan 5) Sampel adalah mahasiswa yang sudah mempraktikkan usaha bisnis minimal 1 bulan dengan jumlah sampel sebanyak 66 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket berupa pertanyaan yang diberikan kepada responden yaitu mahasiswa yang sedang mengambil mata kuliah Pengetahuan Bisnis di Akademi Sekretari Budi

Luhur dan mahasiswa yang sedang mengambil mata kuliah Aplikasi Excel untuk Bisnis dan Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur.

Operasional Variabel

Tabel 1 Operasional Variabel

N	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Penggunaan Media Sosial (X1) (Rahayu dan Laela, 2018)	Memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen.	1. Partisipasi 2. Keterbukaan 3. Percakapan 4. Komunikasi 5. Saling Terhubung 6. Keterampilan	Like rt
2	Motivasi Intrinsik (X2) (M. Hisyam, 2016)	Dorongan atau pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang.	1. Tanggung jawab 2. Penghargaan 3. Pekerjaan itu sendiri 4. Pengembangan dan kemajuan	Like rt

3	Pengetahuan Kewirausahaan (X3) (Kinanti, 2017)	Seluruh elemen sistem berupa dokumen, basis data, kebijakan dan prosedur lengkap, beserta informasi tentang pengalaman, keahlian dan kecakapan sumberdaya manusia secara individu maupun kolektif.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki atau dirintis dan lingkungan usaha yang ada.</li> <li>2. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab.</li> <li>3. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.</li> </ol>	Likert
4	Minat Berwirausaha (Y) (Rahayu dan Laela, 2018)	Ketersediaan untuk bekerja keras dan untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macam macam risiko berkaitan dengan tindakan yang dilakukannya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seberapa kuat upaya seseorang untuk berani mencoba aktivitas kewirausahaan</li> <li>4. Seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan aktivitas kewirausahaan (seperti aktivitas dalam mengelola waktu dan keuangan untuk tujuan berwirausaha).</li> </ol>	Likert

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Teknik Analisis Data

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala interval dimana

pengukuran menggunakan instrumen sikap dengan skala Likert berbentuk *checklist* dengan skala *Likert* 5 poin yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1). Selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 21.

Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu penggunaan media sosial (X1), motivasi intrinsik (X2), dan pengetahuan kewirausahaan (X3) memengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terikat, yaitu minat berwirausaha (Y). Bentuk matematisnya adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana:

Y = minat berwirausaha

b<sub>0</sub> = konstanta

b<sub>1</sub> = koefisien regresi variabel penggunaan media sosial

b<sub>2</sub> = koefisien regresi variabel motivasi intrinsik

b<sub>3</sub> = koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan

X<sub>1</sub> = penggunaan media sosial

X<sub>2</sub> = motivasi intrinsik

X<sub>3</sub> = pengetahuan kewirausahaan

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Semua butir pernyataan telah valid pada variabel penggunaan media sosial (X1), motivasi intrinsik (X2), dan pengetahuan kewirausahaan (X3) dan minat berwirausaha (Y) dilakukan uji validitas dengan R tabel yaitu 0.2461 seperti

ditampilkan pada tabel di bawah ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2 Uji Validitas Variabel X1**

Variabel Penggunaan Media Sosial			
Butir	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.571	0.2461	Valid
2	0.379	0.2461	Valid
3	0.529	0.2461	Valid
4	0.645	0.2461	Valid
5	0.685	0.2461	Valid
6	0.469	0.2461	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

**Tabel 3 Uji Validitas Variabel X2**

Variabel Motivasi Intrinsik			
Butir	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.584	0.2461	Valid
2	0.602	0.2461	Valid
3	0.612	0.2461	Valid
4	0.584	0.2461	Valid
5	0.715	0.2461	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

**Tabel 4 Uji Validitas Variabel X3**

Variabel Pengetahuan Kewirausahaan			
Butir	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.547	0.2461	Valid
2	0.644	0.2461	Valid
3	0.679	0.2461	Valid
4	0.738	0.2461	Valid
5	0.602	0.2461	Valid
6	0.546	0.2461	Valid
7	0.561	0.2461	Valid
8	0.658	0.2461	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

**Tabel 5 Uji Validitas Variabel Y**

Variabel Minat Berwirausaha			
Butir	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.491	0.2461	Valid
2	0.663	0.2461	Valid
3	0.660	0.2461	Valid
4	0.624	0.2461	Valid
5	0.732	0.2461	Valid
6	0.478	0.2461	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

Untuk uji reliabilitas pada X1, X2, X3 dan Y semua variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai cronbach's alpha > 0.60.

**Tabel 6 Uji Reliabilitas Variabel X1,X2,X3,Y**

Uji Reliabilitas			
Variabel	Cronbach's Alpha	Indikator	Keterangan
X1	0.786	> 0.60	Reliabel
X2	0.820	> 0.60	Reliabel
X3	0.866	> 0.60	Reliabel
Y	0.824	> 0.60	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

**Analisis Uji Korelasi**

**Tabel 7 Uji Korelasi**

Correlations					
		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1.000	.515	.692	.661
	X1	.515	1.000	.433	.459
	X2	.692	.433	1.000	.543
	X3	.661	.459	.543	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000	.000
	X1	.000	.	.000	.000
	X2	.000	.000	.	.000
	X3	.000	.000	.000	.
N	Y	66	66	66	66
	X1	66	66	66	66
	X2	66	66	66	66
	X3	66	66	66	66

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Dilihat dari hasil tabel korelasi di atas, nilai signifikansi X1 terhadap Y sebesar 0.000 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Nilai signifikansi X2 terhadap Y sebesar 0.000 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Nilai signifikansi X3 terhadap Y adalah sebesar 0.000 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05.

Hasil analisis korelasi didapatkan bahwa variabel X1 yaitu penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha (Y) adalah 0.515. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai variabel X1

(penggunaan media sosial) terdapat hubungan korelasi yang kuat terhadap Y (minat berwirausaha). Yang berarti terdapat hubungan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Hasil analisis korelasi didapatkan bahwa variabel X2 yaitu motivasi intrinsik terhadap minat berwirausaha (Y) adalah 0.692. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai variabel X2 (motivasi intrinsik) terdapat hubungan korelasi yang kuat terhadap Y (minat berwirausaha) yang berarti terdapat hubungan antara motivasi terhadap minat berwirausaha.

Hasil analisis korelasi didapatkan bahwa variabel X3 yaitu pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Y) adalah 0.661. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai variabel X3 (pengetahuan kewirausahaan) terdapat hubungan korelasi yang kuat terhadap Y (minat berwirausaha) yang berarti terdapat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

**Uji Parsial (Uji T)**

**Tabel 8 Uji T (Uji Parsial)**

Model	t	Sig.	
1	(Constant)	.498	.620
	X1	1.832	.072
	X2	4.439	.000
	X3	3.582	.001

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Maka berdasarkan tabel di atas pada kolom Sig. dapat dianalisa bahwa: a) Nilai signifikansi untuk variabel penggunaan media sosial adalah

0,072 yang berarti lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel penggunaan media sosial (X1) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). b) Nilai signifikansi untuk variabel motivasi intrinsik adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel motivasi intrinsik (X2) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). c) Nilai signifikansi untuk variabel pengetahuan bisnis adalah 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan (X3) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y).

**Uji Simultan (Uji F)**

**Tabel 9 Uji Simultan (Uji F)**

Model	F	Sig.	
1	Regression	33.122	.000 <sup>b</sup>
	Residual		
	Total		

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Artinya variabel penggunaan media sosial (X1), motivasi intrinsik (X2), dan pengetahuan kewirausahaan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y).

**Koefisien Determinasi**

Berdasarkan tabel 10 didapatkan nilai R Square sebesar 0,616 atau 61.6%. Artinya adalah



minat berwirausaha dipengaruhi oleh penggunaan media sosial media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan sebesar 61.6%. Yaitu sebagai berikut:

**Tabel 10 Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.785 <sup>a</sup>	.616	.597

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

**Interpretasi Hasil Penelitian**

**Analisis Penggunaan Media Sosial secara Parsial terhadap Minat Berwirausaha.**

Berdasarkan hasil analisis pada variabel penggunaan media sosial secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian variabel penggunaan media sosial (X1) tidak berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif terhadap minat berwirausaha (Y). Hubungan korelasi yang positif memiliki analisa bahwa jika penggunaan media sosial tinggi maka akan diikuti dengan minat berwirausaha yang tinggi dan begitupun sebaliknya untuk penggunaan media sosial yang rendah akan diikuti dengan minat berwirausaha yang rendah.

Dengan demikian mahasiswa yang bisa menggunakan media sosial dengan maksimal dapat diikuti dengan munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha yang besar dan sebaliknya yaitu mahasiswa yang tidak dapat menggunakan media sosial dapat diikuti dengan tidak munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha.

Penggunaan media sosial belum dapat digunakan secara maksimal oleh mahasiswa

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur dan mahasiswa Program Studi Sekretari Akademi Sekretari Budi Luhur karena jangka waktu yang singkat (terlalu pendek) yaitu rata-rata selama 1 (satu) bulan responden melakukan kegiatan bisnis atau usaha. Serta yang menjadi target pasar yaitu berasal dari lingkungan Universitas dan Akademi Sekretari Budi Luhur seperti teman kuliah, para karyawan dan para dosen. Sehingga metode konvensional menjadi strategi dan cara yang digunakan oleh responden dalam memasarkan produk barang dagang yang dijualnya.

Selain itu, penggunaan media sosial sebagai media untuk memasarkan produk belum dapat dipahami secara maksimal oleh responden. Karena media sosial lebih banyak digunakan oleh kaum milenial yang menjadi responden riset ini yaitu sebagai *networking* pertemanan atau ajang *have fun*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Muhammad Hasym Al Faruk (2016) bahwa media sosial mayoritas digunakan untuk menjalin relasi, pertemanan atau bersenang-senang dan ajang pamer.

**Analisis Motivasi Intrinsik secara Parsial terhadap Minat Berwirausaha**

Berdasarkan hasil analisis pada variabel motivasi intrinsik secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Eswanto & Siti (2018) yaitu terdapat pengaruh yang signifikan variabel minat berwirausaha terhadap kewirausahaan pada Mahasiswa.

Pada penelitian ini didapatkan hasil analisis korelasi bahwa terdapat hubungan korelasi yang kuat dan positif antara motivasi intrinsik terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian variabel motivasi intrinsik (X2) berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif terhadap minat berwirausaha (Y).

Hubungan korelasi yang positif memiliki analisa bahwa jika motivasi yang berasal dari dalam diri sendiri tinggi maka akan diikuti dengan minat berwirausaha yang tinggi dan begitupun sebaliknya untuk motivasi intrinsik yang rendah akan diikuti dengan minat berwirausaha yang rendah. Dengan demikian mahasiswa yang memiliki motivasi yang bersumber dari dalam diri sendiri (intrinsik) dapat diikuti dengan munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha yang besar. Dan sebaliknya yaitu mahasiswa yang memiliki motivasi yang rendah diikuti dengan minat berwirausaha yang rendah.

Motivasi intrinsik yang mendorong mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis dan mahasiswa Akademi Sekretari Budi Luhur untuk melakukan bisnis dengan menjual produk berupa makanan ringan, kosmetik, aksesoris dan *fashion* dengan *passion* yang berasal dari dalam diri sendiri. Gairah semangat untuk menjadi jiwa yang mandiri mendorong responden melakukan kegiatan usaha untuk menjadi seorang wirausaha.

Analisis Pengetahuan Kewirausahaan secara Parsial terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis pada variabel pengetahuan kewirausahaan secara parsial

berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Kinanti (2017) yaitu mengenai pengetahuan kewirausahaan yang memiliki pengaruh terhadap perkembangan kewirausahaan.

Untuk hasil analisis korelasi didapatkan bahwa terdapat hubungan korelasi yang kuat dan positif antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian variabel pengetahuan kewirausahaan (X3) berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif terhadap minat berwirausaha (Y). Hubungan korelasi yang positif memiliki analisa bahwa jika pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa tinggi maka akan diikuti dengan minat berwirausaha yang tinggi dan begitupun sebaliknya untuk pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa rendah akan diikuti dengan minat berwirausaha yang rendah.

Dengan demikian mahasiswa yang memiliki pengetahuan kewirausahaan yang baik seperti mampu menyusun *business plan*, mengetahui teori mengenai kewirausahaan, mengetahui penyusunan laporan keuangan dalam bisnis dapat diikuti dengan munculnya ketertarikan minat untuk berwirausaha yang baik. Dan sebaliknya yaitu mahasiswa yang memiliki pengetahuan kewirausahaan rendah diikuti dengan minat berwirausaha yang rendah.

Analisis Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan Kewirausahaan secara Simultan terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis pada variabel Penggunaan media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Pada hasil uji F didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Artinya variabel penggunaan media sosial (X1), motivasi intrinsik (X2), dan pengetahuan kewirausahaan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y).

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur serta mahasiswa Akademi Sekretari Budi Luhur sudah memiliki minat untuk menjadi seorang wirausaha. Hal ini dipengaruhi karena Perguruan Tinggi memberikan pembekalan kompetensi mengenai ilmu kewirausahaan sejak duduk di bangku perkuliahan. Sehingga muncul motivasi yang mendorong mahasiswa untuk memiliki jiwa kemandirian. Sedangkan untuk metode strategi dalam memasarkan produk masih bersifat konvensional, belum dapat menggunakan media sosial secara maksimal. Sehingga pengaruh penggunaan media sosial belum memberikan dampak yang signifikan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1) Penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 2) Motivasi Intrinsik berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha

mahasiswa. 3) Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. 4) Penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian sebagai berikut: 1) Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambah jangka waktu pelaksanaan kegiatan bisnis yang dilakukan oleh responden. Hal ini dilakukan agar data yang dihasilkan oleh peneliti selanjutnya lebih akurat. 2) Dapat menggunakan variabel independen lain seperti kreativitas berwirausaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruk, M. H. (2016). *Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*. Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan. Vol. 4. No. 2.
- Hanifati, K. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha*. Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hariyani, R & Prasetio, T. (2019). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi, dan Pengetahuan Bisnis Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Akademi Sekretari Budi Luhur Angkatan 2018)*. Universitas dan Akademi Sekretari Budi Luhur: Jakarta.
- Indoworo, H. E. (2016). *Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media*. Jurnal Informatika UPGRIS. Volume 2 Nomor 1. FPIPSKR Universitas PGRI Semarang.
- Mulyandi, M. R. & Puspitasari, V. A. (2018). *Industri Kreatif, Media Sosial, dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan*. National Conference of Creative Industri: Sustainable Tourism Industri for Economic

Development Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018 e-ISSN No: 2622-7436.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rahayu, E. S. & Laela, S. (2018). *Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa*. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* Vol. 20 No. 03. LP2M Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta. P-ISSN 1411-710X.