

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Ketersediaan Informasi, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB Unhar Dengan *Self Efficacy* Sebagai Variabel Moderasi

Ahmad Badawi¹, Bunga Aditi², Arasy Ayu Setiamy³

Universitas Harapan Medan

Email Adress: badawia009@gmail.com

Received : 24 Agustus 2022

Revised : 25 – 29 Agustus 2022

Accepted : 01 September 2022

Abstrak

This study aims to determine whether entrepreneurship education, the use of social media and the availability of information affect the interest in entrepreneurship, to determine whether self-efficacy affects the interest in entrepreneurship, to determine whether self-efficacy is able to moderate entrepreneurial education to the interest in entrepreneurship, to determine whether self-efficacy is able to moderate the use of social media on the interest in entrepreneurship and to find out whether self-efficacy is able to moderate the availability of information on the interest in entrepreneurship. The total population in this study amounted to 374 students of the Faculty of Business Economics, Universitas Harapan Medan, and the sample taken was 30% from 374 to 112 people. The analysis technique used is multiple linear regression and MRA. The results showed that entrepreneurship education, use of social media and availability of information had a significant effect on interest in entrepreneurship, self-efficacy had an effect on interest in entrepreneurship, self-efficacy moderated the effect of entrepreneurship education on interest in entrepreneurship, self-efficacy did not moderate the effect of using social media on interest in entrepreneurship, and Self efficacy does not moderate the effect of information availability on entrepreneurial interest in students of the Faculty of Business Economics, Universitas Harapan

Keywords: *Entrepreneurship Education, Use of Social Media, Availability of Information, Interest in Entrepreneurship, Self Efficacy*

Pendahuluan

Cara untuk menumbuhkan kesadaran berwirausaha diantaranya adalah dengan menumbuhkan minat wirausaha. Dengan minat yang ada pada mahasiswa, maka mahasiswa akan terdorong untuk mempelajari pengetahuan yang berkaitan dengan kewirausahaan lebih serius. Rochayati *et al.* (2017) menyatakan bahwa “minat adalah ketertarikan atau dorongan yang tinggi dari seseorang yang menjadi penggerak seseorang untuk melakukan sesuatu guna mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan mendatangkan perasaan senang, suka dan gembira”. Minat berwirausaha yaitu ketertarikan yang terdapat dalam diri seseorang untuk menciptakan sebuah usaha dengan berani mengambil sebuah resiko yang ada (Evaliana, 2016). Minat berwirausaha menurut (Kurniati, 2017) terbentuk dari beberapa hal yaitu: pendapatan yang tinggi, harga diri meningkat, dan rasa senang. Luasnya lingkup kewirausahaan mengarahkan pemikiran pada pentingnya penanaman budaya wirausaha bagi individu dan masyarakat luas. Bukan semata mencetak pengusaha baru, peran pengusaha juga mengarah pada penanaman karakter-karakter positif wirausaha untuk dapat di aplikasikan individu dalam berbagai bidang kegiatan.

Pendidikan yang memiliki atmosfer *entrepreneurship* akan memunculkan peluang hidup yang lebih baik bagi para lulusannya. Sistem pendidikan di Indonesia selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu. perubahan sistem ini bertujuan untuk memasuki era globalisasi. Di mana

ituntutan persaingan globalisasi akan mewarnai persaingan tenaga kerja yang semakin ketat, keterbukaan bursa kerja di tingkat internasional, persaingan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang semakin ketat disemua sektor kehidupan, baik sektor pendidikan maupun sektor industri. Sektor pendidikan mempunyai peranan penting dalam menghasilkan *output* atau tamatan yang berkualitas dan trampil, sedangkan sektor industri membutuhkan tenaga kerja produktif yang dapat menghasilkan suatu produk atau jasa tertentu yang dapat bersaing dipasaran. Oleh karena itu dituntut adanya langkah antisipatif dan produktif, salah satu langkah tersebut adalah peningkatan mutu SDM dalam menciptakan lapangan kerja atau dengan kata lain berwirausaha. Hal ini sesuai dengan pendapat Wahyuningsih (2020), Suarjana dan Wahyuni (2017), Isma *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Selain pendidikan kewirausahaan, maka faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah penggunaan media sosial. Menurut Nasrullah (2016), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Banyaknya pengguna media sosial merupakan suatu fenomena tersendiri di era digital saat ini. Dikarenakan peran sosial media semakin diakui dalam mendongkrak kinerja dalam dunia bisnis. Ditengah maraknya penggunaan media sosial dari tahun ke tahun, semakin banyak pula bisnis yang telah di rilis melalui media sosial. Bisa melalui *blog, twitter, Instagram, facebook, whatsApp*, dan lain-lain, hal ini tentu memberikan kesempatan bagi pemasaran elektronik untuk merubah secara dinamis. Hal ini bisa dijadikan sebagai peluang yang bagus bagi wirausaha kedepannya guna menggali potensi berwirausaha melalui media sosial. Apalagi sekarang sudah ada media sosial yang memfasilitasi setiap orang untuk terhubung satu sama lain. Menjual maupun mempromosikan barang barang pun dapat memangkas biaya yang tidak terlalu besar. Prasetio (2020), Rahayu dan Laela (2018), Sahroh (2018) menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Kemajuan teknologi informasi menghadirkan kesempatan untuk berkomunikasi lebih luas, maka munculnya media sosial seperti *Facebook, Twitter, dan Instagram* menjadi hal yang fenomenal. Indonesia memiliki pengguna *Facebook, Twitter, dan WhatsApp* Aktif yang besar, lebih lanjut Indonesia memiliki penduduk pengguna *Instagram* aktif terbesar di Asia Tenggara (Azali, 2017). Hal ini didukung oleh pendapat Yuliawan dan Ginting (2018) yang menyatakan bahwa ketersediaan informasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan Mulyana dan Puspitasari (2016) menyatakan bahwa ketersediaan informasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa.

Dalam penelitian Artiandewi (2016) menyatakan keyakinan diri seseorang yang mampu menumbuhkan minat berwirausaha, jika tidak ada keyakinan diri maka kecil kemungkinan memiliki minat berwirausaha. *Self efficacy* memberikan kontribusi yang besar terhadap minat wirausaha, persepsi dan tindakan seseorang dalam berbagai cara. Semakin tinggi *self efficacy* yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk melakukan sesuatu kegiatan. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastinitya dan Mudji (2017), Sulhaini *et al.* (2020) menyatakan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Sedangkan menurut Putry *et al.* (2020) dan Suharto *et al.* (2021) menyatakan bahwa efikasi diri tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha.

Oleh karena itu, untuk mengetahui seberapa besar minat mahasiswa dalam berwirausaha, maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Ketersediaan Informasi, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa**

Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan Dengan *Self Efficacy* Sebagai Variabel Moderasi ”

Kerangka Teoritis

Self Efficacy

Karakter percaya dengan kemampuan diri serta memiliki kematangan mental untuk memulai usaha diperlukan pada seorang wirausahawan untuk dapat mencapai kesuksesan berwirausaha. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian Ekpe dan Mat (2017) bahwa efikasi diri merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan menurut Ardiyani dan Kusuma (2016) adalah kegiatan *mentransfer* kompetensi kewirausahaan yang berupa konsep, ketrampilan dan kesadaran mental yang dilakukan secara formal dan terstruktur. Pendidikan kewirausahaan dapat dilakukan secara formal melalui lembaga pendidikan dapat dijadikan sebagai upaya dalam menciptakan wirausahawan. Penciptaan wirausahawan dapat juga dilakukan melalui pendidikan non formal melalui pelatihan kewirausahaan kepada masyarakat.

Penggunaan Media Sosial

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, penggunaan memiliki arti proses, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian. Penggunaan merupakan kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang. Menurut Elvinaro (2016:125), tingkat penggunaan media dapat dilihat dari frekuensi dan durasi dari penggunaan media tersebut.

Ketersediaan Informasi Kewirausahaan

Menurut Nurjanah (2016), informasi adalah data yang telah dibentuk ke dalam format yang bermanfaat bagi manusia. Informasi mempunyai peranan yang sangat penting di dalam kewirausahaan sebagaimana pentingnya informasi dalam bidang-bidang lainnya.

Pengertian Minat Wirausaha

Menjadi wirausahawan yang berhasil disebabkan karena seseorang memiliki kemauan, kemampuan, dan pengetahuan (Suryana, 2016). Jika hanya memiliki kemauan tanpa kemampuan, maka usaha yang dirintis akan sulit berkembang. Serta jika hanya memiliki pengetahuan dan kemampuan yang tidak disertai dengan kemauan maka wirausaha tidak dapat terwujud. Sebuah kemauan merupakan minat yang kuat seseorang untuk dapat melakukan apa yang diinginkan.

Metode Penelitian

Uji Moderated Regression Analysis

Untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas (pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ketersediaan informasi) dengan variabel terikat (minat berwirausaha) dan variabel moderating (*self efficacy*), maka akan digunakan metode regresi linier berganda dan analisis data juga menggunakan SPSS, rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{Hipotesis 1} = Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$\text{Hipotesis 2} = Y = a + b_4Z + e$$

$$\text{Hipotesis 3} = Y = a + b_1X_1 + b_5X_1Z + e$$

$$\text{Hipotesis 4} = Y = a + b_2X_2 + b_6X_2Z + e$$

$$\text{Hipotesis 5} = Y = a + b_3X_3 + b_7X_3Z + e$$

Hasil Penelitian Uji Kualitas Data

Hasil Uji Validitas Variabel X₁ (Pendidikan Kewirausahaan)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
Butir 1	0.553	0,195	Valid
Butir 2	0.547	0,195	Valid
Butir 3	0.505	0,195	Valid

Variabel X₂ (Penggunaan Media Sosial)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
Butir 1	0.464	0,195	Valid
Butir 2	0.454	0,195	Valid
Butir 3	0.476	0,195	Valid
Butir 4	0.336	0,195	Valid
Butir 5	0.564	0,195	Valid

Variabel X₃ (Ketersediaan Informasi)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
Butir 1	0.406	0,195	Valid
Butir 2	0.603	0,195	Valid
Butir 3	0.564	0,195	Valid
Butir 4	0.446	0,195	Valid

Variabel Y (Minat Berwirausaha)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
Butir 1	0.610	0,195	Valid
Butir 2	0.709	0,195	Valid
Butir 3	0.513	0,195	Valid
Butir 4	0.746	0,195	Valid
Butir 5	0.464	0,195	Valid
Butir 6	0.320	0,195	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Z (Self Efficacy)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Validitas
Butir 1	0.491	0,195	Valid
Butir 2	0.460	0,195	Valid
Butir 3	0.305	0,195	Valid

Pada Tabel, menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan telah valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian, kuesioner dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Minat berwirausaha (Y)	6	0.797	Reliabel
Pendidikan kewirausahaan (X ₁)	3	0.715	Reliabel
Penggunaan media sosial (X ₂)	5	0.702	Reliabel
Ketersediaan informasi (X ₃)	4	0.716	Reliabel
Self Efficacy (Z)	3	0.604	Reliabel

Pada pengujian reliabilitas nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih besar dari 0,60 maka instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel. Pada tabel IV.26 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 berarti bahwa instrumen tersebut reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji *Kolmogorov Smirnov* One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,30683712
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,046
	Negative	-,065
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* Model 1 diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pendidikan kewirausahaan	.823	1.214
2	Penggunaan media sosial	.691	1.447
3	Ketersediaan informasi	.807	1.239

a. Dependent Variable : minat berwirausaha

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF dari nilai pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ketersediaan informasi lebih kecil atau dibawah 10 ($VIF < 10$), ini berarti tidak terkena multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi. Nilai *Tolerance* dari nilai pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ketersediaan informasi lebih besar dari 0,1 ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Hasil Uji Glejser Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,066	1,786		1,157	,250
Pendidikan Kewirausahaan	-,099	,102	-,102	-,975	,332
Penggunaan Media Sosial	,172	,088	,221	1,947	,054
Ketersediaan Informasi	-,055	,081	-,072	-,680	,498

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan Tabel di atas, diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel pendidikan kewirausahaan (X_1) adalah 0,332, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel penggunaan media sosial (X_2) adalah 0,054 dan nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel ketersediaan informasi (X_3) adalah 0,498. Karena ketiga variabel nilai signifikansi variabel di atas lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,683	3,271		1,432	,155
Pendidikan Kewirausahaan	,663	,186	,334	3,555	,001
Penggunaan Media Sosial	,129	,161	,082	,798	,427
Ketersediaan Informasi	,383	,149	,244	2,573	,011

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

$$Y = 4,683 + 0,663 X_1 + 0,129 X_2 + 0,383 X_3$$

Uji Kelayakan Model

**Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	557,498	3	185,833	9,748	,000 ^b
	Residual	2058,922	108	19,064		
	Total	2616,420	111			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Ketersediaan Informasi, Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial

Dari uji ANOVA atau F test, didapat F_{hitung} sebesar 9,748 dengan tingkat signifikansi 0,001. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($9,748 > 2,70$) atau $sig F < 5\%$ ($0,001 < 0,05$). Artinya bahwa secara simultan variabel pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ketersediaan informasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,462 ^a	,213	,191	4,36624

a. Predictors: (Constant), Ketersediaan Informasi, Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Dari tabel diatas, diperoleh *R Square* adalah 0,160. Hal ini berarti 21,3% minat berwirausaha (Y) dipengaruhi oleh X_1 (pendidikan kewirausahaan), X_2 (penggunaan media sosial), dan X_3 (ketersediaan informasi) secara simultan dan sisanya sebesar 78,7% ditentukan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,683	3,271		1,432	,155
Pendidikan Kewirausahaan	,663	,186	,334	3,555	,001
Penggunaan Media Sosial	,129	,161	,082	,798	,427
Ketersediaan Informasi	,383	,149	,244	2,573	,011

Nilai t-tabel dengan derajat bebas $100 - 3 = 97$ dan taraf nyata 5% adalah 1,985. Nilai t hitung untuk X_1 ($3,555 > 1,985$) dan Sig ($0,001 < 0,05$), maka pendidikan kewirausahaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Untuk nilai t hitung untuk X_2 ($0,798 < 1,985$) dan Sig ($0,427 > 0,05$), maka penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Untuk nilai t hitung untuk X_3 ($2,573 > 1,985$) dan Sig ($0,011 < 0,05$), maka ketersediaan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Moderated Regression Analysis

Pengaruh Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Kolmogorov Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N			112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		4,72465421
Most Extreme Differences	Absolute		,114
	Positive		,094
	Negative		-,114
Test Statistic			,114
Asymp. Sig. (2-tailed)			,075 ^c

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* Model 1 diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0,075 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15,862	2,228		7,119	,000		
Self Efficacy	,467	,188	,230	2,481	,015	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF dari nilai *self efficacy* lebih kecil atau dibawah 10 ($VIF < 10$), ini berarti tidak terkena multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi. Nilai *Tolerance* dari nilai *self efficacy* lebih besar dari 1 ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Hasil Uji Glejser Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,836	1,062		3,613	,000
Self Efficacy	,026	,090	,027	,287	,775

a. Dependent Variable: Abs_Res1

Berdasarkan Tabel, diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel *self efficacy* (Z) adalah 0,775. Karena variabel nilai signifikansi variabel di atas lebih besar dari 0,05, maka sesuai

dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji MRA I

Hasil Uji Parsial Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Minat Berwirausaha Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15,862	2,228		7,119	,000
<i>Self Efficacy</i>	,467	,188	,230	2,481	,015

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Nilai t-hitung untuk $X_1 < t\text{-tabel}$ ($2,481 > 1,981$) dan nilai Sig. ($0,015 < 0,05$), maka *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha yang dimoderasi oleh *Self Efficacy*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,416	2,107		6,369	,000
Pendidikan Kewirausahaan	,262	,267	,132	,980	,329
Pendidikan Kewirausahaan* <i>Self Efficacy</i>	,035	,015	,302	2,236	,027

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Nilai moderasi diketahui nilai Sig. ($0,027 < 0,05$), maka variabel moderasi atau *self efficacy* memperkuat pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha yang dimoderasi oleh *Self Efficacy*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,506	3,055		4,093	,000
Penggunaan Media Sosial	,250	,201	,159	1,242	,217
Penggunaan Media Sosial* <i>Self Efficacy</i>	,015	,009	,208	1,623	,107

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Nilai moderasi diketahui nilai Sig. ($0,107 > 0,05$), maka variabel moderasi atau *self efficacy* memperlemah pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan.

Pengaruh Ketersediaan Informasi Terhadap Minat Berwirausaha yang dimoderasi oleh *Self Efficacy*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Stand. Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15,513	2,379		6,521	,000
Ketersediaan Informasi	,102	,231	,065	,442	,659
Ketersediaan Informasi*Self Efficacy	,022	,012	,264	1,796	,075

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Nilai moderasi diketahui nilai Sig. (0,075 > 0.05), maka variabel moderasi atau *self efficacy* memperlemah pengaruh ketersediaan informasi terhadap minat berwirausaha Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan.

Pembahasan

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial Dan Ketersediaan Informasi Terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ketersediaan informasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suhartini (2019) menyimpulkan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Jadi, apabila seseorang mendapatkan pendidikan tentang kewirausahaan, ia akan semakin memahami keuntungan menjadi seorang wirausaha dan semakin tertarik untuk menjadi seorang wirausaha. Izedonmi dan Okafor (2016) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Wijaya (2018) menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Alhaji (2016) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan komponen penting dan memberikan stimulus untuk individu membuat pilihan karir, sehingga meningkatkan penciptaan usaha baru dan pertumbuhan ekonomi.

Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa *self efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan. Efikasi diri merupakan suatu keyakinan individu bahwa dirinya mampu untuk melakukan suatu tugas dari keputusan yang diambil dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mendukung dan juga menghambat individu untuk melakukan wirausaha. Hal ini didukung oleh pendapat Srianggareni *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Self Efficacy Memoderasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa *self efficacy* memoderasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan. Penelitian yang dilakukan oleh Suhartini (2019) menyimpulkan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Jadi, apabila seseorang mendapatkan pendidikan tentang kewirausahaan, ia akan semakin memahami keuntungan menjadi seorang wirausaha dan semakin tertarik untuk menjadi seorang wirausaha. Izedonmi dan Okafor (2016) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Wijaya (2018)

menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Srianggareni *et al.* (2020) menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh dalam hubungan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

***Self Efficacy* Memoderasi Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha**

Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa *self efficacy* tidak memoderasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan. Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial terhadap kreativitas berwirausaha (Utomo, 2017). Peran media sosial semakin diakui dalam mendorong kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik. (JOM, 2016). Rahayu dan Laela (2018), Prasetio (2020), Sahroh (2018) menyatakan bahwa ada pengaruh variabel penggunaan media sosial terhadap kewirausahaan.

***Self Efficacy* Memoderasi Pengaruh Ketersediaan Informasi Terhadap Minat Berwirausaha**

Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa *self efficacy* tidak memoderasi pengaruh ketersediaan informasi terhadap minat berwirausaha di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan. Dapat disimpulkan bahwa efikasi diri merupakan keyakinan diri yang dimiliki oleh individu atas kemampuannya untuk berhasil dalam melakukan suatu pekerjaan, termasuk berwirausaha. Yulianan dan Ginting (2018), Mulyana dan Puspitasari (2016) menyatakan ketersediaan informasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial dan ketersediaan informasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan.
2. *Self efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan
3. *Self efficacy* memoderasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan
4. *Self efficacy* tidak memoderasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan
5. *Self efficacy* tidak memoderasi pengaruh ketersediaan informasi terhadap minat berwirausaha di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan

Saran

1. Penelitian ini terbatas pada variabel yang digunakan, oleh karena itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel baru dalam penelitian ini seperti variabel sikap, pengetahuan dan pelatihan kewirausahaan.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan dan memperluas sampel penelitian, tidak hanya pada satu universitas akan tetapi bisa mengambil sampai dari berbagai universitas.

DAFTAR PUSTAKA



- 1]. Alhaji, A. (2016). Entrepreneurship Education And Its Impact On Self Employment Intention And Entrepreneurial Self-Efficacy. *Journal Humanities And Social Sciences*. (Online), III (1),
- 2]. Ardiyani, Ni Putu Pebi dan Kusuma, A. A. G. Agung Artha. (2016). Pengaruh Sikap, Pendidikan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen UNUD*, Vol.5, No.8, Hal : 5155-5183.
- 3]. Artiandewi, Aninda. (2016). Pengaruh Efikasi Diri Berwirausaha dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- 4]. Azali, Kathleen. (2017). Indonesia's Divided Digital Economy" *Yusof Ishak Institute*. 17 (70). Hal : 1-12.
- 5]. Ekpe, Isidore dan Mat, Norsiah. (2017). "The Moderating Effect of Social Environment on The Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Intentions of Female Studen at Nigerian Universities". *International Journal of Management Sciences and Business Research*, Volume 1, Nomor 4. Hal.1-16.
- 6]. Elvinaro, Ardianto. (2016). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- 7]. Evaliana, Yulia. (2016). Pengaruh Efikasi Diri Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen*, Volume 1, Nomor 1. Hal : 61-70.
- 8]. Isma, Andika., Sudarmiatin., Rakib, Muhammad dan Dewantara, Hajar. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Universitas Negri Makasar. *Jurnal Nalar Pendidikan*. Volume 8, Nomor 1. Hal : 37-46.
- 9]. Izedonmi, P.F. and Okafor, C. (2016). The Effect Of Entrepreneurship Education On Students Entrepreneurial Intentions. *Global Journal of Management and Business Research*. (Online), Vol. X (6), (<http://docplayer.net/14568195>), diakses 3 Juli 2016
- 10]. Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *A Framework for Marketing Management*. *Marketing Management*.
- 11]. Kurniati, Edy Dwi. (2017). *Kewirausahaan Industri*. Edisi. 1, Cet. 1--. Yogyakarta: Deepublish.
- 12]. Lestari, B.R dan Trisnadi Wijaya. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di STIE MDP, STMIK MDP, Dan STIE MUSI. *Forum Bisnis dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 1(2), 112-119.
- 13]. Mulyana, Mumuh dan Puspitasari, Ratih. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Membentuk Minat Berwirausaha Siswa SMK di Kota Bogor. *Konferensi Nasional Riset Manajemen VII*. Vol. 2 No. 1, Hal : 1-17.
- 14]. Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- 15]. Nurjanah, Siti. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Cyberbullying Pada Siswa SMAN 12 Pekanbaru. *Jom FISIP*. Volume 1 No. 2. Hal : 1-8.
- 16]. Prasetyo, Tio. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Ntristik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*. Volume 18, No. 1, Hal 35-46.
- 17]. Putry, Nur Anita Chandra., Wardani, Dewi Kusuma dan Jati, Deviska Panggalih. (2020). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Sebagai

- Variabel Intervening. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora)*. Volume 6 Nomor 1. Hal : 14-24.
- 18]. Rahayu, Eswanto Sugeng dan Laela, Siti. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*. 20 (3). Hal : 203-216.
 - 19]. Rochayati, Umi., Setia K, Mahardhika dan Sari, Arum Kartika. (2017). Pengaruh Faktor Sosio Demografi, Sikap, dan Kontekstual terhadap Niat Berwirausaha Siswa. *Jurnal Kependidikan*, 43 (2). Hal : 154–163.
 - 20]. Sahroh, Aida Fatimatus. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *JUPE*. Volume 6 No 3. Hal : 208-215.
 - 21]. Srianggareni, Ni Made., Heryanda, Komang Krisna dan Telagawathi, Ni Luh Wayan Sayang. (2020). Pengaruh Moderasi *Self Efficacy* Pada Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Di Universitas Pendidikan Ganesha. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 2 No. 1. Hal : 1-10.
 - 22]. Suarjana, Anak Agung Gde Mantra dan Wahyuni, Luh Mei. (2017). Faktor Penentu Minat Berwirausaha Mahasiswa (Suatu Evaluasi Pembelajaran). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*. Vol 13, No 1. Hal : 12-22.
 - 23]. Suhartini, Y. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berwiraswasta (Studi Pada Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta). *Jurnal AKMENIKA UPY*, VII, 38-59.
 - 24]. Suharto., Japlani, Ardiansyah dan Ali, Karnila. (2021). Pengukuran Minat Berwirausaha Menggunakan *Self Efficacy*, Lingkungan Dan Pendidikan Kewirausahaan Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Bisnis Darmajaya*. Vol 7. No. 1. Hal : 52-69.
 - 25]. Sulhaini., Ardiani, Baiq Nanda Aulia dan Rosiana, Wiji. (2020). Usaha Pariwisata Halal : *Self Efficacy*, Pengetahuan Pariwisata Halal, Relegiusitas dan Minat Berwirausaha di NTB. *Jurnal Magister Manajemen Unram*. Vol. 9, No 3. Hal : 257-269.
 - 26]. Suryana. (2016). *Kewirausahaan Kita dan Proses Menuju Sukses*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
 - 27]. Swastinitya, Sukmaningrum dan Mudji, Rahardjo. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory Of Planned Behavior (Studi Pada Mahasiwa Prilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 6, Nomor 3, Hal : 16-27..
 - 28]. Wahyuningsih, Roy. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Jombang. *Jurnal Pendidikan*. Vol.6 No.3. Hal : 512-521.
 - 29]. Yuliawan, Eko dan Ginting, Mbayak. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhih Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada STMIK Mikroskil Medan). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. Vol. 2. No. 02. Hal : 105-111.