

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, TEKNOLOGI DIGITAL, DAN
MODAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Manajemen Universitas
Muhammadiyah Magelang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun oleh:
Ayu Lindawati
NPM. 18.0101.0183

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2025**

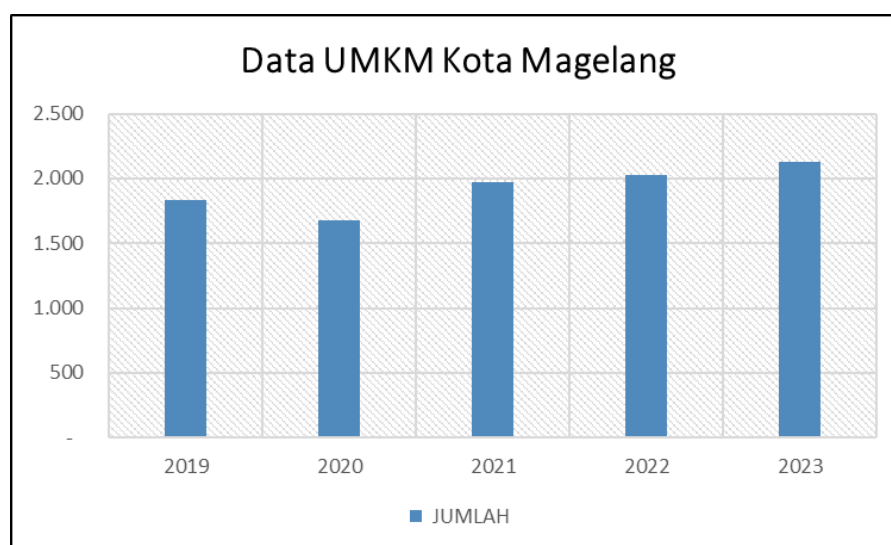
BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Minat berwirausaha di kalangan mahasiswa sering dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendidikan, dan pengalaman pribadi. Namun, dengan munculnya media sosial dan teknologi digital, terjadi perubahan paradigma di mana informasi, inspirasi, dan motivasi untuk berwirausaha lebih banyak diperoleh melalui *platform digital* (Sinaga, 2020). Banyak mahasiswa manajemen bisnis yang mulai melihat potensi besar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka (Raharja, 2024). Hal ini sejalan dengan revolusi industri 5.0 yang berfokus pada kolaborasi antara manusia dan teknologi. Kemajuan teknologi digital telah membuat akses ke berbagai sumber daya penting untuk memulai bisnis menjadi lebih mudah. *Platform e-commerce*, aplikasi manajemen bisnis, dan berbagai alat digital lainnya memungkinkan mahasiswa untuk menjalankan usaha dengan lebih efisien dan efektif (Ad'hiah, 2024).

Menurut data Badan Pusat Statistik Nasional tahun 2024, jumlah UMKM di Kota Magelang tahun 2023 sejumlah 2.126 unit (Datago, 2023) dari 65 juta UMKM di Indonesia (Waluyo, 2024). Setiap tahun UMKM di Kota Magelang mengalami kenaikan, yang artinya bahwa banyak masyarakat yang memiliki minat untuk melakukan wirausaha. Usaha yang terdapat di Kota Magelang tentu sangat beragam baik dari berbagai jenis makanan sampai

dengan sandang yang diproduksi oleh pelaku usaha. Generasi muda dengan kreativitas tinggi memiliki banyak inovasi dan kreasi yang akan mendorong usaha akan berjalan secara stabil. Berdasarkan data pada Gambar 1, dapat dilihat bahwa jumlah UMKM di Kota Magelang tahun 2019 sebanyak 1.834 unit, tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 1.678 unit, tahun 2021 sebanyak 1.971 unit, tahun 2022 sebanyak 2.030 unit dan tahun 2023 sebesar 2.126 unit.



Gambar 1.1
Data UMKM Kota Magelang

Peran generasi muda atau mahasiswa dalam berwirausaha menjadi salah satu faktor penting dalam mengembangkan kewirausahaan di Indonesia. Saat ini Indonesia membutuhkan banyak wirausaha yang dapat menciptakan lapangan kerja baru dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi nasional (Febriansyah, 2022). Beberapa faktor yang dapat meningkatkan minat berwirausaha adalah media sosial, teknologi digital, modal, pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, motivasi dan lain-

lain (Maha, 2021). Media sosial dan teknologi digital telah dinikmati sebagian besar masyarakat, karena kemudahan dalam penggunaannya dan dampak yang dirasakan. Mahasiswa tentu akan lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan usaha atau berwirausaha.

Media sosial memberikan peluang luas untuk pemasaran dan *branding* dengan modal minim, memengaruhi minat berwirausaha, serta menawarkan peluang nyata untuk mengimplementasikan ide bisnis dengan lebih cepat dan mudah. Selain itu, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk pola pikir dan sikap mahasiswa terhadap kewirausahaan (Tabrani, 2023). Berdampak pada mereka terinspirasi dan percaya diri untuk memulai usaha sendiri melalui contoh nyata pengusaha muda sukses di platform digital (Asnawi, 2022). Media sosial juga menjadi sumber utama informasi bisnis, tempat berbagi pengalaman dan kisah sukses, serta sarana membangun jaringan dan komunitas pendukung kewirausahaan (Ad'hiah, 2024).

Kisah sukses yang sering dibagikan di media sosial menciptakan lingkungan yang mendukung dan memotivasi mahasiswa untuk terjun ke dunia bisnis. Komunitas online yang aktif di media sosial memungkinkan mahasiswa berdiskusi, bertukar pikiran, dan mendapatkan dukungan dari sesama calon pengusaha. Maraknya persaingan ketat di dunia digital menuntut mahasiswa memiliki keterampilan yang cukup untuk menggunakan teknologi secara efektif serta mengelola risiko dengan baik. Oleh karena itu, sangat penting bagi institusi pendidikan, terutama program studi manajemen bisnis, untuk memberikan dukungan dan pelatihan yang

memadai bagi mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan digital dan kewirausahaan (Sahban, 2024).

Perkembangan teknologi digital juga telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk bisnis dan kewirausahaan. *Platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, LinkedIn dan TikTok, serta berbagai *platform* digital lainnya, telah menjadi alat yang sangat efektif dalam memengaruhi perilaku dan minat individu, terutama di kalangan generasi muda. Mahasiswa manajemen bisnis, sebagai bagian dari generasi milenial dan generasi Z, sangat dipengaruhi oleh perkembangan ini. Mereka tumbuh di era teknologi digital yang menjadi bagian kehidupan sehari-hari dan berdampak signifikan pada pandangan dan minat mereka dalam berwirausaha (Sahban, 2024).

Faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa adalah modal. Menurut Maha (2021) modal merupakan komponen utama yang memungkinkan bisnis beroperasi dan menghasilkan keuntungan. Minat seseorang untuk berwirausaha sering kali dipengaruhi oleh ketersediaan modal. Modal bisa berupa aset atau keahlian, modal dalam bentuk aset dibutuhkan untuk membiayai berbagai kebutuhan usaha, mulai dari biaya pra-investasi, pengurusan izin-izin, hingga investasi untuk pembelian aktiva tetap. Sementara itu, modal keahlian adalah kemampuan seseorang dalam mengelola atau menjalankan usaha (Said, 2024). Modal usaha mencakup sumber daya manusia, pengetahuan, dan jaringan relasi yang dapat mendukung operasional bisnis. Dengan pengelolaan modal yang tepat,

wirausaha dapat meningkatkan peluang sukses dan keberlanjutan usahanya (Fernanda, 2023).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gustina et al., (2022) dan Sahban (2024) menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Sedangkan menurut Prasetyo (2020) menyatakan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan Sahban (2024), menyatakan bahwa teknologi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Sedangkan penelitian Setiawan (2024) menyatakan bahwa teknologi digital tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Said (2024), menyatakan bahwa modal berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Sedangkan menurut Fernanda (2023) menyatakan bahwa modal tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan inkonsistensi yang telah diuraikan, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Media Sosial, Teknologi Digital, dan Modal Terhadap Minat Berwirausaha. Penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Magelang (Unimma) yang berlokasi di Kota Magelang. Unimma merupakan salah satu universitas swasta terbaik yang ada di Kota Magelang. Jumlah mahasiswa Unimma tahun 2024 sejumlah 3.690 yang didominasi mahasiswa S1 sebesar 88%. Dengan tersedianya berbagai fakultas dan program studi yang ada di Universitas Muhammadiyah Magelang, salah satunya adalah fakultas Ekonomi dan Bisnis. Seluruh mahasiswa tentu memiliki peluang yang sama,

akan tetapi mahasiswa dengan program studi manajemen memiliki pengetahuan tambahan di bidang kewirausahaan, yang diharapkan dapat diterapkan ketika melakukan kegiatan berwirausaha dengan tujuan pengetahuan tersebut sebagai bekal dalam memulai sebuah usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana media sosial, teknologi digital, dan modal berperan dalam mempengaruhi minat mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Magelang dalam berwirausaha. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha di lingkungan akademik tersebut.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha?
2. Apakah Teknologi Digital berpengaruh terhadap terhadap Minat Berwirausaha?
3. Apakah Modal berpengaruh terhadap terhadap Minat Berwirausaha?

C. Tujuan Penelitian

1. Melakukan pengujian secara empiris dan analisis pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha.
2. Menguji secara empiris dan melakukan analisis pengaruh Teknologi Digital terhadap Minat Berwirausaha.
3. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh Modal terhadap Minat Berwirausaha.

D. Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi Teoritis

- a. Harapannya akan membagikan literasi bagi penelitian selanjutnya, khususnya mahasiswa Manajemen yang melakukan penelitian terkait minat berwirausaha.
- b. Untuk peneliti selanjutnya, harapannya dapat memberikan manfaat dan wawasan terkait factor yang mempengaruhi minat berwirausaha.

2. Kontribusi Praktisi

Harapannya, temuan ini dapat memberikan kontribusi pemikiran yang berharga dalam meningkatkan minat berwirausaha.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang studi mencakup pemahaman mendalam tentang isu yang sedang dibahas, dengan merujuk pada teori-teori yang relevan serta data dan observasi yang mendorong minat untuk melakukan penelitian. Problematisasi merupakan penjabaran pertanyaan atau permasalahan yang perlu dipecahkan, yang mungkin muncul dari situasi atau fenomena tertentu dan membutuhkan pendekatan ilmiah untuk mengungkap solusinya. Tujuan riset dan dampaknya terhadap berbagai pihak yang berkepentingan juga menjadi bagian penting dalam konteks ini. Skema perbincangan adalah kerangka yang merangkum konten yang akan dijelaskan di setiap bab atau bagian studi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Mencakup dasar konseptual mengenai prinsip-prinsip yang mendasari kajian ini dan berfungsi sebagai rujukan intelektual dalam proses analisis riset. Studi sebelumnya, kerangka konseptual yang membentuk *focus* penyelidikan. Pernyataan dugaan awal adalah kesimpulan sementara yang diambil dari dasar-dasar konseptual dan studi sebelumnya, serta merupakan tanggapan sementara terhadap isu yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Mengandung variabel riset dan definisi operasional riset yang merujuk pada penjelasan rinci tentang variabel-variabel yang diidentifikasi dalam studi, penentuan contoh sampel, karakteristik dan asal usul data yang diterapkan dalam kajian ini, pendekatan pengumpulan data, serta teknik analisis yang membahas model analitis dan alat analisis yang diadopsi ketika riset.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Mencakup penjelasan tentang subjek kajian, eksplorasi data yang terhubung dengan analisis deksriptif, serta evaluasi model regresi, beserta penafsiran hasil yang selaras dengan pendekatan analitik yang diterapkan, termasuk elemen dasar justifikasi dan perbandingan dengan riset sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN

Berisi ringkasan dari pencapaian yang telah dicapai dan pembahasan tentang makna hasil yang diinterpretasikan, mencakup pembahasan mengenai keterbatasan penelitian yang mengungkapkan aspek-aspek yang kurang kuat dan kelemahan yang teridentifikasi setelah melalui proses analisis dan interpretasi hasil, serta rekomendasi untuk pihak yang memiliki kepentingan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Literatur

1. Theory Resource Based View (RBV)

Teori *Resource based view* (RBV) dikenal sebagai sebuah teori yang melihat kemampuan sumber daya internal perusahaan dalam mengeksploitasi sumber daya manusia (SDM) untuk memunculkan keunggulan bersaing. Teori ini merupakan kerangka kerja manajerial perusahaan yang digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan sumber daya strategis perusahaan (Ghozali, 2020). RBV berfokus pada manajerial sumber daya internal perusahaan guna mengidentifikasi aset, kapabilitas dan kompetensi yang memiliki potensi untuk memberikan keunggulan kompetitif yang unggul. Teori ini menggunakan pendekatan interdisipliner dengan sudut pandang berbasis sumber daya yang dikembangkan dalam disiplin ilmu ekonomi, manajemen, etika, hukum, manajemen rantai pasokan serta bisnis umum.

Teori ini mengungkapkan bahwa suatu usaha akan memperoleh keunggulan kompetitif yang semakin tinggi dan mendapatkan kinerja baik keuangan maupun non keuangan yang baik dengan cara memiliki, menguasai dan memanfaatkan aset-aset strategis yang baik berupa aset berwujud maupun tidak berwujud (Candraningsih et al., 2023). Keberhasilan atau kegagalan suatu usaha atau organisasi tergantung pada faktor sumber daya. Keunggulan bersaing merupakan kekuatan perusahaan

yang sangat didukung oleh sumber daya yang baik dalam kerangka sistem pengelolaan sumber daya (Sukma, 2020). Persaingan merupakan inti keberhasilan maupun kegagalan perusahaan atau sebuah usaha. Persaingan memerlukan ketepatan aktifitas dari suatu perusahaan seperti inovasi dan budaya kerja yang baik.

Resource-based view (RBV) dikenal sebagai suatu pandangan yang melihat keunggulan kompetitif dari sudut pandang kapabilitas dan sumber daya. Kedua sudut pandang ini dikombinasikan dengan pengelolaan yang baik serta pemilihan untuk menjalankan *cost* atau *differentiation advantage* sehingga menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan. *Cost advantage* yang dimaksudkan adalah bagaimana perusahaan / usaha dapat menghasilkan produk yang sama dengan pesaingnya dengan biaya yang lebih rendah. Sedangkan *differentiation advantage* adalah ketika perusahaan mampu menghasilkan produk yang lebih baik dari pesaingnya.

Inti dari konsep RBV adalah untuk mencari dan mengidentifikasi karakteristik sumber daya yang dapat dipergunakan dalam mengembangkan keunggulan bersaing. Perusahaan harus mampu mengembangkan keterampilan, sumber daya serta proses yang dapat meningkatkan nilai bagi pelanggan agar dapat memelihara keunggulan bersaing, seperti:

- a) Menggunakan sumber daya dengan mengkombinasikan sumber daya yang ada dengan sumber daya yang lain sehingga menjadi sumber daya yang efektif.

- b) Mengelola manusia dan sumber daya manajerial sebagai hal yang sangat penting.
- c) Menciptakan kohesivitas dari masing-masing bagian sehingga dapat membantu menciptakan pengetahuan.
- d) Memanfaatkan lingkungan eksternal yang dijadikan sebagai citra dalam benak wirausahawan dengan mengatur aktivitas dengan kesempatan untuk produktif.
- e) Menciptakan wirausaha sebagai upaya untuk mencari keuntungan dan meningkatkan *total long-term profit* melalui investasi.
- f) Menciptakan profitabilitas, pertumbuhan dan kemampuan perusahaan agar dapat bertahan yang tergantung pada adaptasi perusahaan terhadap perubahan dan kompetensi.

Bagi UMKM, teori RBV dapat digunakan dalam pengelolaan usaha karena menjadi alternatif strategi yang mampu menciptakan kompetensi dan menjadi pilihan manajemen strategis dalam meraih keunggulan kompetitif berkelanjutan.

2. Minat Berwirausaha

Minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (*self employed*) atau menjalankan usahanya sendiri (Maharani, 2018). Minat wirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau kemauan untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan risiko yang akan dihadapi, belajar dari adanya kegagalan dan mengembangkan usaha yang diciptakan

(Prasetio, 2020). Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung berbagai macam risiko yang berkaitan dengan tindakan yang dilakukan.

Seseorang dengan tingkat ingin tahu yang tinggi mencoba menghilangkan rasa ingin tahunya dengan kewirausahaan. Seseorang yang tertarik dengan dunia wirausaha karena tertarik pada tantangan yang akan dihadapi dalam adanya risiko kegagalan (Fernanda, 2023). Seseorang yang disebut sebagai seorang wirausaha sudah pasti telah memenuhi syarat dari sebuah definisi wirausaha itu sendiri, ciri-ciri seorang wirausaha yaitu bekerja keras, optimis, berhati-hati untuk menggunakan metode terbaik yang tersedia, dorongan untuk memungkinkan ekspresi diri, membantu organisasi, bertanggung jawab, orientasi pada uang, intruksi pada keuntungan dan perhatikan kualitas.

Mahasiswa yang berminat untuk berwirausaha akan terlihat pada tingkah laku yang menunjukkan keinginannya yang timbul dari diri dengan berani menanggung risiko dan cepat tanggap menanggapi peluang yang ada. Menurut Ramdhani (2023) beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah:

- a) *The factor inner urge* adalah rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat.

- b) *The factor of social motive* adalah minat seseorang terhadap obyek atau sesuatu hal, disamping dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia juga dipengaruhi oleh motif sosial.
- c) *Emotional factor* adalah faktor perasaan dan emosi mempunyai pengaruh terhadap objek.

Beberapa indikator minat berwirausaha yaitu percaya diri, fokus pada tugas dan hasil, setiap wirausaha harus menyadari setiap resiko dan tantangan, memiliki jiwa kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi pada yang akan datang dan memiliki kreativitas. Beberapa indikator ini tentu menjadi penting dan akan mendorong seseorang yang memiliki potensi berwirausaha.

3. Media Sosial

Pada awal kemunculan media sosial sejatinya hanya sebagai alat atau media untuk berkomunikasi dan berinteraksi setiap orang. Orang-orang dahulu menggunakan media sosial hanya sebatas bertegur sapa secara daring dan membagikan sebuah informasi atau suatu hal yang kebanyakan berupa hiburan semata. Sehingga media sosial berkembang dengan memberikan fitur dan fasilitas lainnya yang membuat penggunaan media sosial menjadi lebih beragam. Banyak motif dari setiap orang dalam menggunakan media sosial seperti digunakan untuk berdagang, melakukan promosi atau iklan, menjadikan sebagai media pembelajaran, bahkan media sosial juga dapat memberikan penghasilan hanya dengan membuat konten-konten di media sosial.

Media sosial merupakan aplikasi yang membantu konsumen berbagi pendapat, wawasan, pengalaman dan perspektif dengan berbasis internet (Ramdhani, 2023). Pada era saat ini dengan teknologi yang semakin maju, berbagai *platform* yang tersedia seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Linkedin*, *Facebook*, *Shopee*, dan lain lain menyediakan ruang bagi para pengusaha untuk mempromosikan produk dan jasa mereka serta dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang dunia bisnis. Dengan berbagai konten-konten inspiratif dan edukatif tentu akan banyak menarik konsumen untuk melakukan transaksi.

Dikalangan mahasiswa yang ada pada zaman sekarang telah tampak dari banyaknya yang memakai media sosial. Adanya berbagai jenis media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook* dan *Whatsapp* dapat dijadikan sebagai media untuk melakukan promosi (Giri & Sujana, 2024). Anak mahasiswa jaman sekarang tentu lebih memiliki kreativitas yang tinggi untuk menciptakan sebuah inovasi. Menurut Ramdhani (2023) diketahui beberapa jenis media sosial sebagai berikut:

- a) *Platform* dan format sosial audio yang digunakan untuk mendengarkan percakapan secara langsung pada topik yang spesifik.
- b) *Platform* dan format sosial video yang digunakan untuk menonton video dengan format panjang ataupun pendek.

- c) Format konten yang dapat menghilang, digunakan untuk mengirim pesan singkat secara privat dan tepat waktu untuk dilihat semua pengikut dalam jangka waktu 24 jam.
- d) Forum diskusi, digunakan untuk bertanya ataupun menjawab pertanyaan, menjalin hubungan dengan banyak orang (*networking*), serta membentuk komunitas dengan ketertarikan yang sama.
- e) Fitur dan *Platform* media sosial yang *shoppable*, biasanya digunakan untuk meneliti dan membeli produk dari suatu *brand* secara langsung menggunakan *platform* media sosial.
- f) Siaran langsung media sosial digunakan untuk menyiarkan video secara langsung kepada banyak penonton.
- g) *Platform* media sosial untuk bisnis, menghubungkan dengan seorang *professional* dalam industri tertentu ataupun konsumen potensial.
- h) *Platform* media sosial privat yang berfungsi untuk membuat komunitas dengan kemungkinan untuk memerlukan pendaftaran dalam merekrut member baru.
- i) *Platform* media sosial yang menginspirasi yang digunakan untuk mencari informasi dan inspirasi dalam segala hal.

4. Teknologi Digital

Teknologi digital merupakan teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia, atau manual, tetapi cenderung pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca

oleh komputer (Wijoyo, 2020). Hadirnya teknologi digital pada masa kini dapat mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi, salah satunya dengan media sosial. Kemajuan teknologi digital telah memudahkan akses terhadap berbagai sumber daya yang penting untuk memulai sebuah bisnis. *Platform e-commerce*, aplikasi manajemen bisnis dan berbagai alat digital lainnya yang memungkinkan anak muda atau mahasiswa untuk menjalankan usaha dengan lebih efektif dan efisien (Sahban, 2024).

Teknologi digital merupakan sebuah alat yang mana pengoperasiannya tidak lagi membutuhkan tenaga manusia dan cenderung pada sistem otomatis yang dapat menghubungkan dengan semua komputer. Literasi teknologi digital juga membawa berbagai kondisi tentang kesadaran penggunaan digital, salah satunya tentang perubahan sosial, karena teknologi digital dapat menghadirkan publik virtual, serta transmisi informasi yang cepat. Hampir setiap hari manusia selalu berhubungan dengan berbagai macam teknologi digital mulai dari internet hingga *smartphone*. Berkembangnya teknologi digital membuat masyarakat mudah mendapatkan berbagai informasi.

Anak muda atau mahasiswa harus siap menghadapi risiko dan tantangan dalam menggunakan teknologi digital. Dengan menguasai penggunaan teknologi digital dan menggunakannya sesuai dengan kebutuhannya tentu akan dapat menjadi efektif dan efisien dalam melakukan usaha. Persaingan yang ketat dengan kreativitas yang dimiliki

setiap individu memaksa anak muda untuk terus inovatif dan kreatif dalam memberikan konten dan memanfaatkan adanya teknologi digital ini untuk dapat meningkatkan bisnis yang mereka jalani.

Beberapa teknologi digital atau aplikasi yang digunakan untuk melakukan usaha seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Tiktok*, *Instagram*. Hal ini tentu dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk dapat menawarkan baik produk maupun jasa, karena media sosial atau *platform e-commerce* tersebut banyak kalangan yang sudah dapat mengaksesnya. Sehingga generasi muda diharapkan dapat memanfaatkan teknologi digital secara maksimal.

Beberapa fungsi teknologi digital diantaranya: teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan untuk mempermudah pekerjaan. Penggunaan teknologi digital tentu memiliki dampak positif yaitu dapat lebih mudah memperoleh informasi dalam waktu yang singkat, mempermudah dalam mengirim data, sebagai media komunikasi untuk jangkauan yang luas dan sebagai sumber penghasilan.

5. Modal

Modal merupakan salah satu komponen kunci yang memungkinkan bisnis beroperasi dan menghasilkan keuntungan. Modal usaha merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha (Maha, 2021). Modal dapat berupa uang atau barang apapun untuk dapat dimanfaatkan untuk memulai usaha (Fernanda, 2023). Modal usaha mencakup sumber daya manusia, pengetahuan dan jaringan relasi yang

dapat mendukung operasional bisnis. Dengan pengelolaan modal yang tepat, wirausaha dapat meningkatkan peluang sukses dan keberlanjutan usahanya.

Dalam membuat usaha baru memang sangat sulit untuk mendapatkan modal, pada umumnya para konsultan bisnis memiliki pengertian modal yang termasuk usaha kecil dibagi menjadi dua yaitu modal *tangible* dan modal *intangible*. Modal *tangible*, adalah modal yang berwujud secara nyata baik dalam bentuk barang bergerak maupun tidak bergerak. Sedangkan modal *intangible*, adalah modal yang tidak berwujud nyata seperti ide kreatif.

Modal merupakan hak atau bagian pemilik perusahaan yang dialokasikan berdasarkan modal, kelebihan serta akumulasi keuntungan, maupun kelebihan nilai aset yang dimiliki perusahaan atas semua kewajibannya (Fernanda, 2023). Beberapa jenis modal adalah sebagai berikut:

a) Modal Sendiri

Modal sendiri merupakan hal yang penting dalam menjalankan suatu perusahaan maupun bisnis, modal sendiri merupakan unsur utama dalam usaha seseorang karena modal sendiri merupakan salah satu unsur yang dengannya perusahaan dapat melaksanakan usahanya serta menghasilkan keuntungan (Mardiyatmo, 2008).

b) Modal Pinjaman

Modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Keuntungan modal pinjaman adalah jumlahnya yang tidak terbatas, artinya tersedia dalam jumlah banyak. Hal ini tentu menimbulkan motivasi pihak manajemen untuk mengerjakan usaha dengan sungguh-sungguh (Yuliantoko, 2021).

c) Modal Patungan

Selain menggunakan modal sendiri atau pinjaman, juga bisa menggunakan modal usaha dengan cara berbagai kepemilikan usaha dengan orang lain (Latif, 2018) Caranya dengan menggabungkan antara modal sendiri dengan modal satu orang teman atau beberapa orang.

Beberapa sifat yang dimiliki modal sekaligus merupakan sebab meningkatnya perhatian terhadap modal, diantaranya:

- a) Modal mempunyai sifat produktif yaitu meningkatkan kapasitas produksi,
- b) Modal mempunyai sifat prospektif, yaitu modal dapat mempertahankan atau meningkatkan produksi dalam waktu yang akan datang,
- c) Pertumbuhan modal berhubungan erat dengan faktor produksi kerja, karena modal digunakan bersama-sama dengan kerja,
- d) Modal dapat meningkatkan pemakaian tenaga kerja misalnya di daerah yang tanah pertaniannya terbatas.

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1.
Telaah Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Peneliti	Judul	Alat Analisis	Populasi dan Sampel	Hasil Penelitian
1.	Said (2024)	Modal Usaha dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Ibn Khaldun Bogor	Regresi, SEM	Mahasiswa Tingkat akhir prodi Ekonomi Syari'ah Universitas Ibn Khaldun Bogor.	Modal usaha dan Motivasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.
2.	Sahban (2024)	Media Sosial dan Teknologi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Manajemen Bisnis	Regresi, SEM	Mahasiswa Manajemen Bisnis.	Media Sosial dan Teknologi Digital berpengaruh signifikan dalam meningkatkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa manajemen bisnis.
3.	Setiawan (2024)	Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Akuntansi	Regresi, SEM	Mahasiswa Akuntansi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Universitas Pamulang, Universitas Gunadharma, Universitas Trisakti dan Universitas Al Azhar Indonesia.	Teknologi Informasi tidak berpengaruh terhadap Minat Wirausaha, SIA berpengaruh positif terhadap Minat Wirausaha.

No.	Nama Peneliti	Judul	Alat Analisis	Populasi dan Sampel	Hasil Penelitian
4.	Winarno, (2023)	Kemandirian Usaha Mahasiswa dengan Pemanfaatan Teknologi Digital, Inovasi Produk dan Minat Wirausaha	Regresi, SEM	Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Semester 4 dengan kriteria telah ditentukan peneliti.	Minat Wirausaha berpengaruh terhadap Kemandirian Usaha, Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kemandirian Usaha dan Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kemandirian Usaha.
5.	Ramdhani (2023)	Media Sosial dan <i>Role Model</i> Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Kota Jambi	Regresi, SEM	Mahasiswa Universitas Jambi, Universitas Islam Negeri STS Jambi dan Universitas Batanghari.	Media Sosial dan <i>Role Model</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.
6.	Gustina et al., (2022)	Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta	Regresi, SEM	Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2018.	Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.
7.	Prasetio (2020)	Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Regresi, SEM	Mahasiswa Universitas Budi Luhur Program Studi Akuntansi.	Penggunaan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berwirausaha.

Sumber: Data Penelitian Terdahulu, Diolah 2025.

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Media sosial berfungsi sebagai sumber utama inspirasi dan informasi bagi mahasiswa. Melalui *platform* seperti *Instagram*, *Facebook*, *LinkedIn* dan *Tiktok*, mahasiswa dapat menciptakan konten yang berisi kisah sukses pengusaha muda, tips dan trik bisnis serta tutorial terkait cara memulai sebuah usaha (Ad'hiah, 2024).

Sejalan dengan *theory resource-based view*, media sosial berfungsi sebagai sumber daya yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif bagi individu atau organisasi. Teori ini menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru dan tidak dapat digantikan sebagai kunci keberhasilan. Melalui interaksi di *platform* media sosial, para calon wirausahawan dapat membangun reputasi, memperluas jaringan dan memperoleh informasi pasar yang berharga yang semuanya merupakan aset strategis yang memperkuat posisi dipasar. Sehingga media sosial bukan hanya menjadi alat promosi, tetapi salah satu sumber daya yang dapat digunakan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif bagi wirausahawan.

Penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Sahban (2024), Ramdhani (2023), Gustina et al., (2022) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan uraian, hipotesis pertama dalam penelitian ini dirumuskan sebagai:

H1: Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha

2. Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Minat Berwirausaha

Pemanfaatan teknologi digital untuk berwirausaha tertuju pada penggunaan alat dan *platform* berbasis teknologi yang memberikan fasilitas terhadap proses bisnis, pemasaran dan operasional usaha. Hal ini mencakup beberapa elemen seperti perangkat lunak dalam manajemen bisnis, aplikasi *e-commerce*, media sosial dan alat analisis data yang memberikan kemudahan pemilik usaha untuk mengelola, mempromosikan dan mengembangkan usaha secara efektif dan efisien.

Teori *resource-based view* (RBV) menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya yang tidak mudah ditiru atau digantikan untuk menciptakan keunggulan berkelanjutan. Teknologi digital memungkinkan wirausahawan untuk mengakses informasi secara *real time*, memanfaatkan *platform e-commerce*, serta mengelola bisnis secara efisien melalui perangkat lunak manajemen dan analitik data. Teknologi dapat dikatakan menjadi faktor penting yang dapat memperkuat daya saing, mempercepat inovasi produk dan dapat memperluas jaringan. Hal ini akan berdampak pada peluang yang akan lebih besar tercipta untuk mengeksplorasi model bisnis baru.

Penelitian yang dilakukan oleh Sahban (2024) menyatakan bahwa teknologi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan uraian, hipotesis kedua dalam penelitian ini dirumuskan sebagai:

H2: Teknologi Digital berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha

3. Pengaruh Modal Terhadap Minat Berwirausaha

Modal usaha merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha (Maha, 2021). Modal dapat berupa uang maupun sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan atau memulai sebuah usaha. Seseorang yang memiliki modal yang cukup dan kuat cenderung lebih tertarik untuk berwirausaha, karena dengan seiring berjalannya waktu tentu akan ada resiko dan kegagalan yang terjadi sehingga diperlukan modal yang cukup dan kuat untuk melangsungkan sebuah usaha.

Berdasarkan *theory resource-based view* (RBV), modal dapat dianggap sebagai sumber daya yang sangat penting, namun keberhasilannya bergantung pada bagaimana modal tersebut dikelola dan dimanfaatkan untuk menciptakan kapabilitas yang berkelanjutan. RBV menekankan bahwa sumber daya yang bernilai, jarang, sulit ditiru dan tidak tergantikan berperan secara krusial dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan modal yang memadai, pengusaha dapat menginvestasikan dalam teknologi baru, memperkuat jaringan bisnis dan membangun kapabilitas yang mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, ketersediaan modal bukan hanya meningkatkan kemungkinan seseorang untuk memulai usaha, tetapi juga memperkuat fondasi bisnis agar dapat bersaing dipasar secara kompetitif.

Penelitian Said (2024), Yuliantoko (2021) dan Latif (2018) menyatakan bahwa modal berpengaruh positif terhadap minat

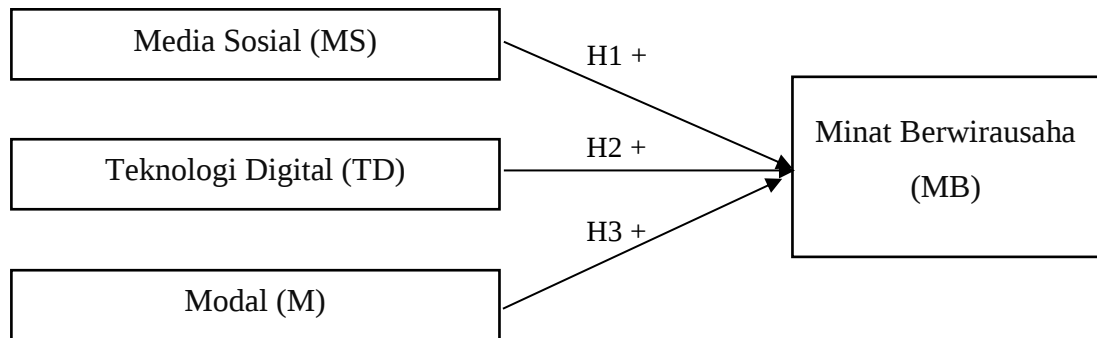
berwirausaha. Berdasarkan uraian, hipotesis ketiga dalam penelitian ini dirumuskan:

H3. Modal berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha

D. Model Penelitian

Minat berwirausaha merupakan keadaan dimana seseorang atau individu merasa lebih senang dan tertarik untuk menciptakan suatu usaha yang kreatif dan inovatif dengan tujuan memperoleh keuntungan (Susilawaty, 2022). Beberapa faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan usaha seperti media sosial. Media sosial adalah suatu media *online* yang dimanfaatkan seseorang dimana penggunaanya mampu ikut berkontribusi, melakukan komunikasi, saling bertukar dan menulis blog, jaringan sosial, komunitas dan dunia maya tanpa ada batasan ruang dan waktu (Jumadi & Mustofa, 2022). Faktor lain seperti teknologi digital, teknologi memberikan kemudahan akses dan operasional, mendorong kreativitas dan inovasi seseorang untuk mengembangkan usahanya. Modal merupakan faktor lain yang dapat mendorong minat berwirausaha, dengan adanya modal akan dapat mendorong seseorang untuk tetap eksis dalam dunia usaha.

Berdasarkan pengertian diatas, gambar model penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1.
Model Penelitian

BAB III

METODA PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu sejenis yang menempati suatu geografis tertentu pada waktu tertentu. Dalam konteks penelitian, populasi merujuk pada keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti (Sugiyono, 2017). Mahasiswa/mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Magelang yang menjadi populasi dalam melakukan penelitian ini.

2. Sampel

Mahasiswa dan mahasiswi jurusan Manajemen di Universitas Muhammadiyah Magelang menjadi *sample*. Metode pemilihan sampel menggunakan nonprobabilitas dengan pemilihan sampel bertujuan atau *purposive sampling*. Pemilihan sampel yang dilakukan secara nonrandom yang informasinya diperoleh berdasarkan pertimbangan yang telah ditetapkan (Ghozali, 2018). Jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Magelang pada tahun 2024 berdasarkan data dari Laoran Tahunan Rektor Unimma Tahun 2024 sebanyak 3.690 mahasiswa aktif. Jumlah sampel dihitung menggunakan teknik Slovin dengan rumus:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

n : Banyaknya sampel minimum

N : Banyak sampel pada populasi

e : Batas toleransi kesalahan (error)

Berikut perhitungan jumlah sampel yang dibutuhkan:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$n = 426 / (1 + 426 (0,05)^2)$$

$$n = 426 / (1 + 426 (0,025)$$

$$n = 426 / (1 + 1,065)$$

$$n = 426 / (2,065)$$

$$n = 206,2953$$

$$n = 206$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel, dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 206 mahasiswa jurusan Manajemen di Universitas Muhammadiyah Magelang.

B. Teknik Pengambilan Sampel

1. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini dilakukan dengan memperoleh informasi secara langsung oleh narasumber asli atau disebut dengan data primer. Responden akan dimintai data secara langsung oleh peneliti. Sumber yang digunakan yaitu mahasiswa dan mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Magelang. Data diperoleh dengan memberikan angket atau kuesioner untuk dibagikan dan diisi oleh responden. Kuisisioner yang dibagikan berisikan data yang dibutuhkan berkaitan dengan media sosial, teknologi digital, modal dan minat berwirausaha.

2. Teknik Pengumpulan Data

Angket kuesioner menjadi sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dengan memberikan angket kepada responden penelitian yaitu mahasiswa manajemen di Universitas Muhammadiyah Magelang. Responden akan menjawab kuisisioner tersebut sesuai dengan asumsi dari pemikirannya sendiri. Setelah kuisisioner diisi, kuesioner yang tidak sempurna akan dihapus sehingga tidak akan digunakan dalam proses pengolahan. Dengan menggunakan teknik ini, setiap individu yang telah mengisi bertanggung jawab dalam memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan peneliti. Hal ini dilakukan berdasarkan pertimbangan peneliti melalui metode *survey* yaitu memperoleh data secara langsung dari narasumber asli yang akan secara efektif dan efisien dalam melakukan penelitian. Peneliti dapat menyebarkan data sesuai dengan yang dibutuhkan, dikarenakan apabila terdapat data yang tidak relevan akan dilakukan eliminasi atau diminimalisir.

C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Tabel 3.1.
Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Pengukuran
Variabel Dependen		
a. Minat Berwirausaha	Minat berwirausaha merupakan manifestasi psikologis dari kepedulian dan kegembiraan dalam mencapai sesuatu bagi wirausahawan karena hal itu menguntungkan dirinya (Fernanda, 2023).	Adapun indikator menurut Pratiwi, (2023) dengan menggunakan 8 item pernyataan sebagai berikut: a) Ketertarikan dalam berwirausaha, b) Siap berwirausaha, c) Dapat melihat dan mencari peluang usaha, d) Dapat memanfaatkan potensi, e) Berani mengambil resiko dan tantangan saat berwirausaha, f) Senang ketika melakukan sebuah usaha bisnis, g) Memiliki cita-cita untuk melakukan sebuah usaha. Diukur dengan skala likert 1-5.
Variabel Independen		
a. Media Sosial	Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Prasetio, 2020).	Adapun indikator menurut (Ramdhani, 2023) dengan menggunakan 11 item pernyataan sebagai berikut: a) Media sosial dapat dijadikan bahan belajar, b) Adanya konten yang menarik dan menghibur, c) Beberapa konten sangat bermanfaat untuk keperluan usaha, d) Kemudahan pencarian informasi, e) Informasi dapat diperoleh secara cepat, f) Kemudahan mengkomunikasikan informasi, g) Banyak informasi yang dapat digunakan untuk usaha, h) Komunikasi dua arah yang diperoleh di media sosial,

Variabel	Definisi	Pengukuran
		i) Media sosial memudahkan pengusaha, j) Media sosial menjadi perantara pengusaha dengan komunitas wirausaha lain, k) Adanya komunitas wirausaha di media sosial sangat bermafaat. Diukur dengan skala likert 1-5.
b. Teknologi Digital	Teknologi digital merupakan teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia atau manual (Wijoyo, 2020).	Adapun indikator variabel ini menggunakan 8 item pernyataan sebagai berikut: a) Akses informasi, b) Penggunaan media sosial, c) Keahlian teknologi, d) Inovasi produk atau layanan, e) Jaringan digital, f) Ketersediaan alat digital, g) Penggunaan data dan analisis. Diukur dengan skala likert 1-5.
c. Modal	Modal merupakan hak atau bagian pemilik perusahaan yang dialokasikan berdasarkan modal, kelebihan serta akumulasi keuntungan maupun kelebihan nilai aset yang dimiliki perusahaan atas semua kewajibannya (Fernanda, 2023).	Adapun indikator menurut (Thoyibah & Yuniarta, 2023) dengan menggunakan 5 item pernyataan sebagai berikut: a) Meningkatkan laba, b) Keberhasilan usaha, c) Meningkatkan usaha, d) Hutang dapat membantu usaha, e) Hutang berpengaruh terhadap produktivitas usaha. Diukur dengan skala likert 1-5.

Sumber: data penelitian terdahulu diolah, 2025.

D. Alat Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan suatu metode pengumpulan, penyajian, dan pengaturan data yang berguna untuk membuat gambaran yang jelas variasi sifat data yang dapat mempermudah proses analisis dan interpretasi data. Menurut Ghozali (2018) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, *minimum*, *maksimum*, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *swekness* (kemencengan distribusi).

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji ini bertujuan untuk menilai validitas sebuah kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu menggambarkan aspek yang ingin diukur melalui kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Instrumen penelitian ini menggunakan *Pearson Product Moment*. Apabila nilai korelasi yang telah dihitung lebih besar daripada standar, dapat disimpulkan pertanyaan tersebut valid/signifikan. Dapat disimpulkan bahwa instrumen yang valid yaitu instrumen yang nilai r yang diperoleh dari hasil perhitungan (r_{xy}) > nilai r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%. Pengambilan keputusan uji ini didasarkan sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- 1) Jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ disimpulkan bahwa variabel tersebut valid.
- 2) Jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ disimpulkan bahwa variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian ini berfungsi sebagai instrumen untuk mengukur reliabilitas kuisioner yang berperan sebagai indikator dalam suatu variabel. Kuisioner dianggap reliabel jika jawaban yang diberikan oleh responden tetap konsisten dan stabil. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengamati sejauh mana konsistensi hasil pengukuran dari suatu fenomena yang sama dalam waktu yang berbeda. Dengan menggunakan perhitungan *Cronbach Alpha* pada setiap instrumen dalam variabel, suatu instrumen dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,70 (Ghozali, 2018).

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik statistik yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel terikat dan variabel bebas adalah analisis regresi. Dalam analisis regresi, kita dapat melihat koefisien regresi dari setiap variabel bebas untuk menilai seberapa besar perubahan yang terjadi pada variabel terikat ketika variabel bebas mengalami perubahan. Selain itu, uji signifikansi koefisien regresi juga membantu dalam menentukan apakah pengaruh antar variabel tersebut secara statistik signifikan atau tidak (Ghozali, 2018). Persamaan yang dilakukan sebagai berikut:

$$MB = \alpha + \beta_1 MS + \beta_2 TD + \beta_3 M + e$$

MB	= Minat Berwirausaha
α	= Konstanta
β	= Koefisien korelasi
MS	= Media Sosial
TD	= Teknologi Digital
M	= Modal
e	= Error

E. Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

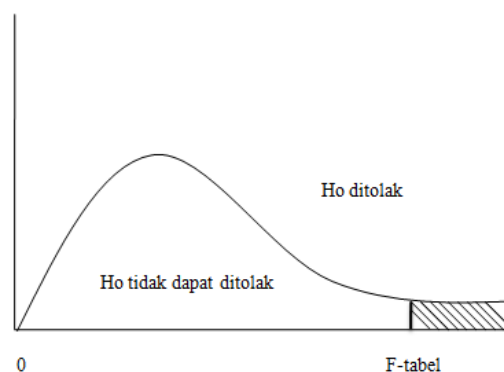
Uji ini dilakukan untuk mengukur besarnya kemampuan model ketika menjelaskan *variable independent* (Ghozali, 2018). Pengujian ini memberikan gambaran terkait peluang pengaruh dari semua variabel independen yaitu Media Sosial, Teknologi Digital dan Modal terhadap variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha. Angka yang berkisar antara 0 dan 1 digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Jika angka mendekati 0, menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat relatif kecil. Sebaliknya, jika angka mendekati 1, mengindikasikan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018).

2. Uji F (*goodness of fit test*)

Pengujian ini bertujuan melakukan pengukuran terhadap ketepatan fungsi dari regresi sampel ketika melakukan taksir dari *goodness of fit*. Selain itu, dapat melihat seberapa besar *variable independent* mampu

menjelaskan *variable dependent* dan menguji model yang telah digunakan (Ghozali, 2018). Parameter yang ditetapkan dalam pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%, dengan derajat kebebasan pada pembilang (df) = k dan derajat kebebasan pada penyebut (df) = n-k-1, dimana k adalah jumlah variabel bebas yang terlibat dalam pengujian. Ketentuan pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $P\ value < \alpha = 0,05$, model penelitian dikatakan *fit*.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $P\ value > \alpha = 0,05$, artinya model penelitian tidak bagus.



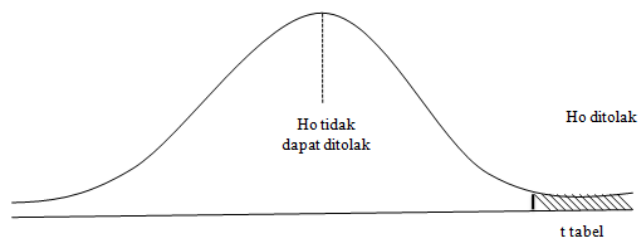
Gambar 3.1
Penerimaan Uji F

3. Uji Statistik t (*t-test*)

Pengujian ini memberikan petunjuk bahwa seberapa jauh *variable independent* mampu menjelaskan *variable dependent*. Selain ini juga digunakan untuk melakukan pengukuran signifikansi dan pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan membandingkan setiap nilai t_{hitung} dengan

t_{tabel} (nilai kritis) sesuai dengan kriteria nilai sig yang telah ditentukan. Dalam proses penilaian uji t, digunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) yang dihitung sebagai $n-1$ (Ghozali, 2018). Syarat diterimanya hipotesis positif adalah:

- Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $P \text{ value} < \alpha = 0,05$, artinya H_0 tidak diterima dan H_a diterima. Sehingga *variable* bebas memiliki pengaruh *positive* pada *variable* terikat.
- Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau $P \text{ value} > \alpha = 0,05$, H_0 tidak ditolak dan H_a tidak diterima. Artinya *variable* bebas tidak memiliki pengaruh terhadap *variable* terikat.



Gambar 3.2
Penerimaan Hipotesis Positif

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian dilakukan untuk melakukan pengujian secara empiris terkait Pengaruh media sosial, teknologi digital dan modal terhadap minat berwirausaha di Universitas Muhammadiyah Magelang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 199 responden. Hasil dalam penelitian ini yaitu:

1. Media Sosial (MS) berpengaruh negatif terhadap Minat Berwirausaha,
2. Teknologi Digital (TD) berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha,
3. Modal (M) berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Variabel independen hanya mampu menjelaskan faktor minat berwirausaha sebesar 68,3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat *variable* lain yang akan dapat memberikan pengaruh pada minat berwirausaha.
2. Objek yang dilakukan dipenelitian ini hanya satu jurusan di Universitas Muhammadiyah Magelang sehingga tidak dapat digunakan untuk menggambarkan fenomena minat berwirausaha di Universitas Muhammadiyah Magelang.

C. Saran

1. Untuk penelitian berikutnya dapat menambah *variable* lain seperti Motivasi, karena motivasi bisnis sangatlah penting dalam memulai sebuah

usaha agar para wirausahawan mampu memenuhi kebutuhan internal dan eksternalnya (Permatasari & Harsono, 2025).

2. Objek untuk penelitian berikutnya diperluas, contohnya semua jurusan yang ada di Universitas Muhammadiyah Magelang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ad'hiah, R. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Dengan Literasi Keuangan Sebagai Mediator. *Jurnal Dimensi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 12(1), 88–100.
- Asnawi. (2022). Berpindah Merek Produk Saat Covid19: Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Pemasaran Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Tambunsai*, 6(1), 4131–4143.
- Candraningsih, K. E., Atmadja, A. T., & Werastuti, N. S. (2023). *Pengujian Model Kinerja Keuangan Pada Umkm Di*. 93–108.
- Datago. (2023). *Profil Usaha Mikro Menengah (UMKM) Bidang Industri Per Kelurahan Di Kota Magelang*. Data Go Kota Magelang. <https://Datago.Magelangkota.Go.Id/Frontend/Item-Dda/Index?Item=1756>
- Febriansyah, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. *Universitas Medan Area*, 7(5), 31–74.
- Fernanda, R. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Modal Terhadap Minat Berwirausaha. In *Universitas Islam Negeri Prof K.H. Saifuddin*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis Dan Disertasi)*. Yoga Pratama.
- Giri, E. L. S., & Sujana, I. N. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(1), 99–117. <https://doi.org/10.23887/jpe.v16i1.60890>
- Gustina, M., Sumiati, A., & Mardi, M. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18(2), 133–151. <https://doi.org/10.21831/jep.v18i2.41027>
- Jumadi, R., & Mustofa, N. H. (2022). Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis. *Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 3(2), 115. <https://doi.org/10.31000/Almaal.V3i2.5270>
- Latif, Et All. (2018). Pengaruh Persepsi Tentang Modal Usaha, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Jalan Roda (Jarod) Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18(5), 174–185.
- Maha, L. (2021). Pengaruh Mental Berwirausaha Dan Modal Berwirausaha Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Niagawan Vol. 10 No. 1*.
- Maharani, E. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *Jurnal Ikraith-Humaniora*, 2 No. 2.
- Mardiyatmo. (2008). *Kewirausahaan*. Yudistira.

- Mulyono, W. R. (2016). Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang Angkatan 2012. *Repository Universitas Negeri Malang*.
- Permatasari, D., & Harsono, I. (2025). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, 5(2), 247–261.
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari Dan Administrasi (SERASI)*, 18(1), 35–46. <https://Journal.Budiluhur.Ac.Id/Index.Php/Serasi/Article/View/1040/823>
- Pratiwi, G. A. M. D. (2023). Pengaruh Sikap Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Dalam Mengelola Teaching Factory Di SMK Negeri 1 Singaraja. *Universitas Pendidikan Ganesa*.
- Putra, W. &. (2020). Pengaruh Modal Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(1), 45–52.
- Raharja, H. &. (2024). Perbandingan Algoritma Decision Tree Dan Naive Bayes Dalam Klasifikasi Data Pengaruh Media Sosial Dan Jam Tidur Terhadap Prestasi Akademik Siswa. *Jurnal Ilmiah: Technologia*, 15(2), 332–340.
- Ramdhani, Nourma Lesta Kristi. (2023). *Pengaruh Media Sosial Dan Role Model Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Jambi*. 1–96.
- Sahban, M. A. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Teknologi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa Manajemen Bisnis. *Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 10485–10489.
- Said, A. (2024). Pengaruh Modal Usaha Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Ekonomi Syariah Universitas Ibn Khaldun Bogor. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 871–893. <https://doi.org/10.47467/Reslaj.V6i3.667>
- Setiawan, F. (2024). *Pengaruh Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Wirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Moderasi*. 15(1), 37–48.
- Sinaga, B. A. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukma. (2020). *Perspektif The Resource Based View (RBV) Dalam Membangun Competitive Advantage*. 19, 709–715. https://doi.org/10.20595/Jjbf.19.0_3
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal Of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.31963/Jba.V2i1.3432>
- Tabrani, S. &. (2023). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Hasil Belajar Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam” Pada Siswa SMAN 10 Kabupaten Tangerang. *Concept: Journal Of Social Humanities And Education*, 2(3), 226–232.
- Thoyibah, L., & Yuniarta, G. A. (2023). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, Karakteristik Wirausaha, Dan Lokasi Usaha

- Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Desa Yehsumbul. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 14(01), 33–42. <https://doi.org/10.23887/Jap.V14i01.50018>
- Wijoyo, D. (2020). Digital Marketing. In *IKAPI / CV. Pena Persada Redaksi*, 1.
- Winarno, A. (2023). Analisis Kemandirian Usaha Mahasiswa Dengan Pemanfaatan Teknologi Digital, Inovasi Produk Dan Minat Wirausaha. *Wahana : Tridarma Perguruan Tinggi*, 75(2), 87–97.
- Yuliantoko. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk, Modal Usaha, Dna Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Empiris UMKM Di Kecamatan Kaliangkrik Dan Bandongan)*. 1–57.