

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Wirausaha adalah individu yang berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha atau perusahaan, dengan potensi untuk meraih keuntungan atau mengalami kerugian. Mereka memerlukan kekuatan mental yang besar untuk menghadapi berbagai situasi, baik itu keberhasilan besar maupun kegagalan. Selain itu, wirausaha bertindak sebagai pencipta dan inovator perusahaan, mereka memiliki kemampuan unik untuk melihat perbedaan antar orang dan fenomena dalam kehidupan sehari-hari sebagai peluang dan tantangan yang bisa diolah menjadi keberhasilan bisnis. Dengan kejelian dan kreativitas, wirausaha mengubah ide-ide inovatif menjadi realitas yang menguntungkan dan berdampak luas (Kusnadi & Yulia, 2020).

Menurut (Suryana, 2016) kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang. Banyak orang, baik pengusaha maupun yang bukan pengusaha, meraih sukses karena memiliki minat dalam berwirausaha. Menurut (Syariati, 2022) kewirausahaan adalah proses dinamis di mana individu mengidentifikasi peluang, memahami potensi pasar, dan mengembangkan inovasi yang membawa sesuatu yang baru ke dalam dunia bisnis. Proses ini melibatkan

penciptaan dan implementasi ide-ide segar yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembaharuan sosial. Dengan menggunakan kreativitas dan inisiatif, para wirausaha mengambil resiko untuk mengubah visi menjadi realitas, sering kali menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi masyarakat dan ekonomi.

Minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau ketertarikan terhadap sesuatu. Kemudian, menurut (Sari et al., 2022) Minat berwirausaha adalah keinginan dan ketertarikan seseorang untuk bekerja keras dalam upaya mendirikan usaha mandiri yang bertujuan memenuhi kebutuhan hidup. Orang tersebut memiliki kemauan kuat untuk menghadapi resiko dan belajar dari setiap kegagalan yang mungkin terjadi.

Sehingga dapat didefinisikan minat menjadi wirausaha melibatkan keinginan kuat seseorang untuk mendirikan usaha sendiri, diiringi dengan kemampuan mengelola risiko dan belajar dari kegagalan. Seperti yang dijelaskan oleh (Juwita et al., 2019) menyatakan bahwa, "Menumbuhkan minat kewirausahaan pada mahasiswa perguruan tinggi dipercaya merupakan langkah alternatif mengurangi pengangguran. Karena mahasiswa diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri, serta mampu membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain".

Peneliti mengambil langkah awal dalam penelitiannya dengan mendistribusikan angket kepada mahasiswa program studi Pendidikan Bisnis angkatan 2021 di Universitas Negeri Medan. Tujuan dari penyebaran angket ini adalah untuk mengumpulkan data awal mengenai minat berwirausaha mahasiswa. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan minat berwirausaha mahasiswa, yang akan

menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut tentang bagaimana pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial dapat mempengaruhi minat berwirausaha mereka.

Tabel 1. 1
Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021

No.	Pertanyaan	Jumlah	Persentase
1	Mahasiswa berminat berwirausaha atas keinginan dari dalam diri sendiri.	18	32,1%
2	Mahasiswa yang tidak berminat berwirausaha	31	55,4%
3	Mahasiswa berminat berwirausaha karena meneruskan usaha orangtua	7	12,5%

Sumber : Data Observasi Awal dan Diolah oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan ditemukan bahwa sebagian dari mahasiswa ini menunjukkan keinginan kuat untuk memasuki dunia wirausaha, sedangkan sebagian lainnya tampak kurang tertarik dengan jalur tersebut. Analisis lebih dalam mengungkap bahwa dari kelompok yang berminat berwirausaha, hanya sejumlah kecil yang terdorong oleh faktor eksternal seperti keinginan untuk meneruskan bisnis keluarga. Sementara itu, mayoritas lebih banyak digerakkan oleh keinginan untuk menciptakan dan mengelola usaha mereka sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengaruh keluarga berperan dalam membentuk minat berwirausaha, faktor pendorong utama bagi sebagian besar mahasiswa adalah aspirasi pribadi dan visi mereka terhadap kesuksesan yang mandiri.

Di sisi lain, mahasiswa yang tidak tertarik berwirausaha mungkin merasa lebih nyaman dengan jalur karir yang lebih stabil. Ini bisa jadi karena kurangnya minat terhadap risiko yang seringkali dikaitkan dengan wirausaha atau karena

belum menemukan ide bisnis yang sesuai dengan minat atau keahlian mereka. Untuk mengetahui seberapa besar Mahasiswa yang sudah memiliki usaha maupun yang belum memiliki usaha, peneliti mencari informasi lebih lanjut pada tabel observasi dibawah ini.

Tabel 1. 2
Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021 yang Memiliki Usaha Pribadi

No.	Pertanyaan	Jumlah	Persentase
1	Mahasiswa yang memiliki usaha	15	26,8%
2	Mahasiswa yang tidak memiliki usaha	31	55,4%
3	Mahasiswa yang tidak memiliki usaha tetapi berminat berwirausaha	10	17,8%
	Jumlah	56	100%

Sumber : Data Observasi Awal dan Diolah oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021 yang mempunyai usaha pribadi sebanyak 15 orang (26,8%) dan Mahasiswa yang tidak memiliki usaha pribadi sebanyak 31 orang (55,4%) serta yang tidak memiliki usaha pribadi tetapi mempunyai minat untuk berwirausaha sebanyak 10 orang (17,8%) dari 56 orang sampel yang di observasi. Hal ini berarti masih banyak Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021 yang belum mempunyai usaha sendiri, sangat disayangkan apabila Mahasiswa tidak memanfaatkan kesempatan tersebut walaupun ada sebagian mahasiswa yang berminat berwirausaha tetapi belum berani untuk mencoba berwirausaha. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan Mahasiswa yang mempunyai usaha pribadi kebanyakan menjalankan usahanya seperti : membuka *ollshop*, Jasa titip (*jastip*), jual pulsa, serta makanan dan minuman.

Seorang wirausahawan harus memiliki minat dan niat berwirausaha. Menurut (Eko Santoso et al., 2023) ada 2 faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha

yaitu faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik berkaitan dengan aspek-aspek internal yang berasal dari dalam diri mahasiswa itu sendiri, mencakup perasaan dan emosi yang mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha, pendapatan yang diharapkan dari menjalankan bisnis, motivasi dan cita-cita yang mendorong ke arah penciptaan dan pengembangan usaha, serta harga diri yang berkaitan dengan kebanggaan dan kepercayaan diri dalam kemampuan berwirausaha. Di sisi lain, faktor ekstrinsik melibatkan pengaruh luar yang berasal dari lingkungan sekitar mahasiswa. Lingkungan keluarga, misalnya, bisa memberikan dorongan atau bahkan tekanan untuk berwirausaha melalui tradisi keluarga atau harapan orang tua. Lingkungan masyarakat, termasuk jaringan sosial dan norma sosial yang berlaku, juga mempengaruhi minat berwirausaha dengan memberikan inspirasi atau hambatan sosial.

Berwirausaha butuh pengetahuan dalam berwirausaha, seseorang yang memiliki pengetahuan kewirausahaan adalah seseorang yang mempunyai karakter pandai mengelola ketakutan, memiliki pandangan yang berbeda, menjadi pemasar ulung, menyukai tantangan baru, serta memiliki keteguhan hati dan sikap yang tidak mudah menerima keadaan seadanya, selalu berusaha mencari solusi terbaik. Kesiapan dan pengembangan diri yang baik adalah kunci untuk membekali diri dengan sifat-sifat wirausaha yang esensial ini serta kemandirian dalam mengatasi masalah. Setiap orang tidak akan menjadi wirausaha yang sukses jika tidak memiliki pengetahuan berwirausaha, karena tanpa adanya ilmu pengetahuan maka ruang lingkup usahanya kemungkinan kecil tidak akan berkembang. Untuk

memiliki pengetahuan didalam berwirausaha, seseorang dapat mencari ilmu akan berwirausaha di berbagai sumber tentang kewirausahaan.

Untuk mengetahui seberapa jauh pengetahuan tentang kewirausahaan pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Stambuk 2021, peneliti mendistribusikan angket kepada mahasiswa program studi Pendidikan Bisnis angkatan 2021 di Universitas Negeri Medan dengan tujuan untuk mengumpulkan data awal mengenai pengetahuan kewirausahaan mahasiswa.

Tabel 1. 3
Hasil Observasi Awal Pengetahuan Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan
Bisnis stambuk 2021 Universitas Negeri Medan

No	Aspek	Ya		Tidak	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Saya memahami mengenai model bisnis dari pengetahuan yang saya dapat melalui pendidikan.	20	35,7%	36	64,3%
2	Melalui pendidikan saya memiliki pemahaman mengenai peran utama seorang wirausahawan dalam sebuah bisnis	10	17,8%	46	82,1%
3	Saya mempelajari dan memahami akan adanya risiko dan tantangan yang mungkin timbul dalam berwirausaha	20	35,7%	36	64,3%
4	Saya memahami mengenai manajemen dan organisasi bisnis	10	17,8%	46	82,1%

Sumber : Data Observasi Awal dan Diolah oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil observasi mengenai pengetahuan kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan menunjukkan bahwa pemahaman mendalam tentang aspek-aspek kunci dalam berwirausaha dapat mempengaruhi minat mereka untuk terjun ke dalam

bidang ini. Data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil dari mahasiswa yang merasa memiliki pemahaman yang cukup tentang elemen-elemen penting dalam mengelola dan memulai sebuah bisnis. Namun, hasil tersebut juga menunjukkan adanya kekurangan signifikan dalam pemahaman mahasiswa tentang aspek-aspek kunci dalam berwirausaha.

Pertama, terkait dengan pemahaman tentang model bisnis, hanya sekitar 35,7% mahasiswa yang menyatakan bahwa mereka mengerti model bisnis bisnis dari pengetahuan yang mereka dapat melalui pendidikan.. Ini mengindikasikan bahwa kebanyakan mahasiswa belum sepenuhnya memahami bagaimana sebuah bisnis beroperasi secara praktis, yang dapat menjadi hambatan dalam merencanakan dan melaksanakan ide bisnis mereka. **Kedua**, mengenai peran seorang wirausahawan dalam bisnis, sekitar 17,8% mahasiswa merasa bahwa mereka memiliki pemahaman yang baik. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam pengetahuan tentang tanggung jawab dan keahlian yang diperlukan bagi seorang wirausahawan untuk sukses mengelola dan memimpin bisnisnya. **Ketiga**, dalam hal menghadapi risiko dan tantangan dalam berwirausaha, proporsi mahasiswa yang memahami aspek ini yaitu sekitar 35,7%. Ini menunjukkan bahwa banyak mahasiswa mungkin tidak sepenuhnya siap menghadapi ketidakpastian dan hambatan yang kerap muncul dalam dunia wirausaha. **Keempat**, hanya sejumlah kecil mahasiswa yang merasa mengerti tentang manajemen dan organisasi bisnis. Ini menunjukkan kekurangan dalam pemahaman struktural dan operasional yang diperlukan untuk menjalankan bisnis secara efektif, yang sangat kritis dalam menjamin kelangsungan usaha.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa walaupun sebagian mahasiswa memiliki pengetahuan dasar tentang berbagai aspek kewirausahaan, masih banyak yang membutuhkan pemahaman yang lebih mendalam. Hal ini memberi tanda bahwa institusi pendidikan perlu meningkatkan fokus pada pendidikan kewirausahaan, memastikan bahwa mahasiswa tidak hanya diajarkan teori, tapi juga diberi pengalaman praktis dan pemahaman yang komprehensif tentang tantangan nyata dalam berwirausaha. Ini bisa membantu meningkatkan minat serta kesiapan mereka dalam memulai dan mengelola bisnis di masa depan.

Selain pengetahuan kewirausahaan, sosial media juga menjadi peranan yang dapat meningkatkan minat berwirausaha dikalangan mahasiswa/i. Salah satu cara media sosial meningkatkan minat berwirausaha adalah melalui inspirasi. Kisah-kisah sukses wirausaha yang dibagikan di platform media sosial sering kali menjadi viral, menjangkau audiens yang luas dan memberikan bukti nyata bahwa sukses dalam berwirausaha adalah mungkin. Selain itu, media sosial juga menjadi sumber informasi dan pembelajaran yang berharga. Banyak wirausaha dan ahli industri menggunakan media sosial untuk membagikan pengetahuan, tip, dan saran tentang berbagai aspek kewirausahaan, dari pengembangan produk hingga strategi pemasaran. Ini memungkinkan individu yang tertarik untuk memperdalam pemahaman mereka tentang dunia bisnis dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk sukses (Khamimah, 2021).

Media sosial juga memfasilitasi diskusi dan kolaborasi antara calon wirausaha. Grup, forum, dan komunitas online memungkinkan pertukaran ide, pengalaman, dan tantangan, menciptakan lingkungan yang mendukung di mana

individu dapat belajar satu sama lain. Interaksi semacam itu sering kali memperkuat keinginan untuk berwirausaha, karena individu menyadari bahwa mereka tidak sendirian dalam perjalanan mereka. Selanjutnya, melalui media sosial, individu dapat menyaksikan inovasi dan tren terbaru dalam berbagai sektor industri, yang dapat memicu ide-ide baru dan minat untuk menciptakan solusi yang inovatif. (Febrinia, 2016).

Platform media sosial, dengan jangkauannya yang luas dan fitur interaktif, menawarkan peluang tak terbatas untuk pemasaran dan pengembangan merek, memungkinkan mahasiswa untuk menjangkau audiens yang lebih luas, membangun koneksi dengan konsumen, dan bahkan menjalin kemitraan bisnis. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai alat pembelajaran dan inspirasi bagi mahasiswa yang berminat dalam kewirausahaan. Dengan mengikuti akun bisnis yang sukses, influencer di industri tertentu, atau bahkan komunitas kewirausahaan online, mahasiswa dapat memperoleh wawasan berharga tentang tren pasar, strategi bisnis, dan kiat-kiat kewirausahaan. Interaksi ini tidak hanya memperkaya pengetahuan mereka tetapi juga memberikan inspirasi untuk inovasi dalam produk atau jasa yang akan mereka rintis sendiri. Melalui strategi pemasaran digital yang inovatif, mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial untuk tidak hanya meningkatkan visibilitas produk yang sudah mereka rancang tetapi juga untuk membangun reputasi dan kredibilitas bisnis dalam lingkungan online yang kompetitif. Dengan demikian, integrasi pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial dapat menjadi langkah penting untuk mempersiapkan

mahasiswa menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam dunia bisnis digital.

Tabel 1. 4
Hasil Observasi Awal Penggunaan Media Sosial Mahasiswa Pendidikan
Bisnis stambuk 2021 Universitas Negeri Medan

No	Aspek	Ya		Tidak	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Saya menggunakan media sosial hanya untuk hiburan	31	55,4%	25	44,6%
2	Saya menganggap berwirausaha di media sosial lebih efektif dan efisien sehingga meningkatkan minat berwirausaha saya	35	62,5%	21	37,5%
3	Media sosial memberikan informasi terkait kewirausahaan/peluang bisnis untuk meningkatkan minat berwirausaha saya.	25	44,6%	31	55,4%
4	Saya mengikuti beberapa akun bisnis, influencer, atau komunitas kewirausahaan untuk memperoleh wawasan terkait berwirausaha	25	44,6%	31	55,4%

Sumber : Data Observasi Awal dan Diolah oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil observasi mengenai penggunaan media sosial pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan menunjukkan bahwa variasi dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk mendukung aktivitas kewirausahaan.

Pertama, sebagian besar mahasiswa (55,4%) melihat media sosial sebagai alat untuk hiburan, yang menunjukkan adanya pemisahan antara penggunaan pribadi dan profesional media sosial. Fakta ini menegaskan bahwa pengenalan tentang potensi media sosial untuk pengembangan bisnis masih perlu ditingkatkan

dalam kurikulum atau program pendidikan kewirausahaan. **Kedua**, mayoritas mahasiswa (62,5%) percaya bahwa berwirausaha melalui media sosial lebih efektif dan efisien. Persepsi ini dapat menjadi indikasi kuat bahwa jika mahasiswa dilengkapi dengan keterampilan dan strategi yang tepat, mereka cenderung lebih mampu dan mau untuk memanfaatkan media sosial dalam kewirausahaan. Hal ini menegaskan kebutuhan untuk memasukkan pembelajaran praktis tentang strategi media sosial dalam program-program kewirausahaan. **Ketiga**, sekitar (44,6%) media sosial membantu mahasiswa untuk mengakses informasi terkait kewirausahaan dan peluang bisnis. Meskipun angka ini mengindikasikan adanya kesadaran tentang manfaat media sosial dalam konteks bisnis, masih terdapat lebih dari setengah mahasiswa yang tidak mengoptimalkan platform ini untuk tujuan tersebut. Ini menunjukkan potensi untuk memperluas edukasi tentang bagaimana media sosial dapat menjadi sumber pengetahuan dan peluang bisnis yang berharga. **Keempat**, proporsi yang sama dari mahasiswa yang mengikuti akun bisnis dan kewirausahaan menunjukkan bahwa meskipun ada minat yang signifikan, masih ada sebagian besar mahasiswa yang belum sepenuhnya terlibat dalam ekosistem kewirausahaan online. Ini menggarisbawahi peluang untuk mengembangkan kesadaran dan mengajak lebih banyak mahasiswa untuk mengikuti sumber-sumber inspiratif dan informatif di media sosial yang bisa memperkaya pengalaman kewirausahaan mereka.

Pengetahuan kewirausahaan dan Penggunaan sosial media merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan harus saling bersinergi satu sama lain, karena jika seseorang yang ingin

berwirausaha tanpa adanya penggunaan sosial media dalam mempromosikan usaha dan tidak adanya pengetahuan tentang berwirausaha maka individu tersebut akan sulit dalam berwirausaha, didalam berwirausaha skill dan juga pengetahuan adalah hal yang dibutuhkan seorang entrepreneur. Minat menjadi wirausaha terbentuk apabila seseorang mempunyai pengetahuan berwirausaha dimana pengetahuan yang mumpuni akan usaha yang akan dirintis menjadi bagian penting dalam berwirausaha, serta penggunaan sosial media menjadi poin yang positif terhadap minat berwirausaha. Sosial media meliputi cakupan yang luas di zaman sekarang ini, dalam hal mempromosikan serta mencari konsumen dapat mendukung minat seseorang dalam berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan sosial media cukup berarti dalam berwirausaha, disamping memiliki pengetahuan berwirausaha, kita harus mampu memaksimalkan manfaat penggunaan sosial media sebagai media berwirausaha.

Penelitian yang di tulis oleh peneliti membedakan dirinya dari studi sebelumnya dengan fokus khusus pada pengaruh sinergis antara pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Medan angkatan 2021.

Berbeda dari penelitian lain yang mungkin hanya mengeksplorasi salah satu aspek tersebut atau tidak menargetkan populasi spesifik ini, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kombinasi kedua faktor tersebut secara bersamaan dapat mempengaruhi sikap dan keputusan karir mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi celah pengetahuan dengan menawarkan wawasan baru tentang dinamika antara pengetahuan kewirausahaan, media sosial, dan

pembentukan minat kewirausahaan, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pendidikan dan kewirausahaan yang lebih efektif di lingkungan akademis.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "**Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Medan Angkatan 2021**".

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2021 di Fakultas Ekonomi UNIMED menunjukkan tingkat pengetahuan berwirausaha yang rendah. Hal ini menimbulkan kekhawatiran mengenai seberapa baik mahasiswa dipersiapkan dengan pengetahuan dasar dan keterampilan yang diperlukan untuk memulai dan mengelola usaha bisnis dengan sukses.
2. Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021 Fakultas Ekonomi UNIMED belum memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai alat untuk mencari informasi terkait kisah sukses para wirausahawan yang sudah sukses di bidangnya, dan pembelajaran kewirausahaan. Ini mengindikasikan adanya potensi yang belum tergali dalam memanfaatkan platform digital untuk mendukung minat berwirausaha mereka.

3. Rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2021 Fakultas Ekonomi UNIMED. Ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan pendidikan kewirausahaan untuk mendorong semangat dan minat berwirausaha dengan realitas minat mahasiswa yang saat ini rendah.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan di atas dan mengingat adanya keterbatasan, maka dirumuskan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini akan terbatas pada penilaian pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh Mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2021 Fakultas Ekonomi UNIMED, termasuk pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip dasar kewirausahaan, perencanaan bisnis, dan manajemen usaha. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi area spesifik di mana pengetahuan kewirausahaan mahasiswa mungkin kurang dan memerlukan peningkatan.
2. Penelitian akan membatasi pengkajiannya pada bagaimana Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2021 Fakultas Ekonomi UNIMED menggunakan media sosial dalam konteks kewirausahaan. Ini termasuk analisis atas kegiatan mereka di media sosial yang berkaitan dengan pembelajaran kewirausahaan, membangun jaringan dengan wirausaha lain, dan mempromosikan usaha yang mungkin mereka miliki atau rencanakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi media sosial yang belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh mahasiswa untuk mendukung aspirasi kewirausahaan mereka.

3. Penelitian ini akan memfokuskan pada tingkat minat berwirausaha di kalangan Mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2021 Fakultas Ekonomi UNIMED. Ini melibatkan pengukuran minat saat ini mahasiswa terhadap berwirausaha dan identifikasi faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi rendahnya minat tersebut. Penelitian bertujuan untuk mengungkap penyebab utama di balik rendahnya minat berwirausaha dan menawarkan rekomendasi untuk meningkatkannya.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pemahaman dan pengetahuan tentang kewirausahaan mempengaruhi keputusan mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2021 Fakultas Ekonomi UNIMED untuk mempertimbangkan kewirausahaan sebagai pilihan karir mereka?
2. Dalam kapasitas apa kegiatan di media sosial seperti berbagi, berinteraksi, dan mengonsumsi konten berkaitan dengan kewirausahaan memotivasi mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2021 Fakultas Ekonomi UNIMED untuk tertarik pada kewirausahaan?
3. Seberapa besar sinergi antara pengetahuan kewirausahaan yang mereka miliki dan interaksi mereka di media sosial meningkatkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2021 Fakultas Ekonomi UNIMED?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di temukan penulis, maka diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengevaluasi bagaimana pemahaman dan pengetahuan tentang kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2021 Fakultas Ekonomi UNIMED mempengaruhi keputusan mereka untuk mempertimbangkan kewirausahaan sebagai pilihan karir.
2. Menganalisis bagaimana kegiatan di media sosial—termasuk berbagi, berinteraksi, dan mengonsumsi konten kewirausahaan—berkontribusi terhadap minat mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2021 Fakultas Ekonomi UNIMED untuk tertarik pada kewirausahaan.
3. Mengeksplorasi dan mengukur seberapa besar sinergi antara pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa dan interaksi mereka di media sosial dalam meningkatkan minat berwirausaha.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang ada, maka diperoleh manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian teoritis yang bisa digunakan sebagai referensi, mupun sebagai pembanding pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat secara Praktis

- a. Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis tentang Pengaruh Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

b. Universitas Negeri Medan

Sebagai sarana untuk menambah referensi serta bahan kajian dalam ilmu pengetahuan di bidang pendidikan dan penelitian ini lanjutan mengenai Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

c. Mahasiswa

Mahasiswa akan mendapatkan gambaran dan masukan sebagai bahan pembelajaran minat kewirausahaan serta meningkatkan kualitas kajian penelitian lainnya dikemudian hari.

THE
Character Building
UNIVERSITY