

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengangguran adalah masalah yang selalu muncul di negara berkembang. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang juga mengalami masalah pengangguran. Masalah pengangguran terjadi karena peningkatan jumlah penduduk yang diikuti dengan peningkatan jumlah angkatan kerja namun ketersediaan lapangan pekerjaan tidak memadai. Salah satu cara untuk mengatasi pengangguran dan meningkatkan perekonomian Indonesia adalah dengan meningkatkan intensi berwirausaha masyarakat dan generasi muda melalui program kewirausahaan yang diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia dan melahirkan banyak pengusaha yang menyediakan banyak lapangan pekerjaan sehingga masyarakat dapat memilih pekerjaan yang cocok dengan keahliannya (Hasanah & Setiaji, 2019).

Generasi muda yang terdidik menjadi sumber daya potensial yang dapat mengikuti perubahan di lingkungan masyarakat. Generasi muda yang memiliki kapasitas intelektual, diharapkan mampu mengembangkan potensi untuk membangun kemajuan bangsa. Pembangunan tersebut akan berhasil bila didukung dengan kegiatan wirausaha yang dapat menambah lapangan pekerjaan. Namun kenyataannya para lulusan pendidikan formal cenderung memilih untuk mencari pekerjaan, yang membuat persaingan kerja menjadi semakin ketat. Keadaan ini mengharuskan para pekerja dapat menciptakan wirausaha yang inovatif, untuk mengurangi jumlah pengangguran. Salah satu cara untuk menyiapkan generasi

muda yang mampu menciptakan inovatif dalam berwirausaha adalah dengan memberikan pengetahuan kewirausahaan(Srianggareni, Heryanda, & Telagawathi, 2020).

Kewirausahaan segala kegiatan produksi yang dapat memanfaatkan sumber daya, teknologi, dan modal sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan, penghasilan, dan produk yang memang dibutuhkan masyarakat. Kewirausahaan menunjukkan suatu keahlian yang dimiliki individu yang secara mandiri mampu mendirikan dan mengembangkan usaha bisnis baru guna penciptaan lapangan kerja baru. Untuk itu kewirausahaan dinilai mampu menjadi salah satu cara yang efektif guna mengatasi masalah pengangguran akibat tidak tertampungnya semua angkatan pencari kerja yang ada (Susilawaty, 2022:4). Dalam rangka meningkatkan budaya berwirausaha bagi mahasiswa pemerintah Indonesia berupaya meningkatkan jumlah *entrepreneur* dari generasi muda dengan menyelenggarakan kompetisi dan memberikan hibah kewirausahaan melalui banyak program kewirausahaan (Loe, 2021:125).

Seseorang yang memiliki minat akan suatu aktivitas akan melakukan aktivitas tersebut dengan rasa senang. Jika seseorang memiliki minat yang kuat dalam melakukan sesuatu, maka orang tersebut dengan tidak sengaja telah menciptakan sebuah niat atau motivasi untuk bisa melakukan kegiatan tersebut. Seseorang yang telah memiliki minat dalam berwirausaha akan lebih siap dalam menanggung berbagai risiko yang mungkin terjadi ketika seseorang tersebut telah memutuskan untuk memulai berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki minat yang besar dalam berwirausaha, tanpa ada yang menyuruh akan dengan sendirinya melakukan

wirausaha untuk mendapatkan kesenangannya tersebut (Julindrastuti & Karyadi, 2022:13).

Minat berwirausaha merupakan keinginan, keterkaitan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko dari kegagalan yang di alami. Dengan kata lain minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang di ciptakan nya sendiri. Minat berwirausaha dipengaruhi oleh karakteristik kepribadian seseorang, ada pun pembelajaran kewirausahaan yang ada dalam kegiatan perkuliahan belum sepenuhnya membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Minat berwirausaha di sebut juga dengan aktivitas yang menimbulkan rasa ingin tahu dan menarik untuk melakukan kegiatan kewirausahaan (Kirana & Harini, 2018).

Kajian terkait kurangnya minat dan keberanian untuk mendirikan usaha baru telah banyak diteliti sebelumnya (Linan et al, 2011; Hutasuhut 2018). Rendahnya minat berwirausaha dikalangan mahasiswa disebabkan karena sebagian besar mahasiswa tidak berencana untuk berwirausaha dan cenderung lebih tertarik untuk bekerja pada perusahaan besar. Bahkan mereka lebih memilih untuk menunggu pekerjaan yang mereka inginkan dan cenderung menolak pekerjaan yang tidak sesuai dengan bidangnya apalagi jika penawarannya dibawah standar yang mereka inginkan (Hutasuhut 2018).

Berbagai riset sebelumnya telah meneliti alasan rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Salah satunya karena kurangnya peran

pendidikan dan pengetahuan kewirausahaan yang membuat mahasiswa tidak memiliki keterampilan dan informasi yang memadai untuk memulai usaha. Selain itu, kurangnya keyakinan di dalam diri mahasiswa untuk mendirikan usaha, dan kurangnya aksesibilitas terhadap media sosial dan jaringan yang dapat membantu dalam membangun dan mempromosikan usaha, yang merupakan sumber penting untuk memperoleh informasi, dukungan, dan peluang bisnis.

Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa minat untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (*self-efficacy*). Dalam konteks ini, media sosial dan pengetahuan kewirausahaan dapat mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa melalui peningkatan efikasi diri. Pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh melalui pendidikan formal dapat membentuk sikap positif terhadap kewirausahaan. Begitu juga dengan pengaruh media sosial dapat menumbuhkan minat berwirausaha. Sementara efikasi diri mengacu pada persepsi kontrol perilaku berupa keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk berhasil dalam kewirausahaan. Efikasi diri berfungsi sebagai variabel *intervening* untuk memperkuat pengaruh eksternal dalam menumbuhkan minat berwirausaha bagi mahasiswa. Sehingga, teori ini menjadi landasan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Perubahan teknologi merupakan sumber yang penting dalam kewirausahaan karena memungkinkan untuk mengalokasikan sumber daya dengan cara yang berbeda dan lebih potensial dalam melakukan meluaskan jaringan pemasaran.

Penguatan pemanfaatan teknologi informasi mampu menjadi faktor untuk meningkatkan pembentukan kemandirian usaha melalui minat berwirausaha, artinya apabila pemanfaatan teknologi informasi semakin baik maka dapat meningkatkan tumbuhnya minat berwirausaha yang akhirnya mampu menciptakan peningkatan kemandirian usaha bagi pelaku usaha mahasiswa (Muchayatin Muchayatin, 2022).

Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media merupakan sebuah alat yang digunakan untuk berkomunikasi, sedangkan sosial merupakan suatu aksi atau interaksi dari seseorang terhadap masyarakat sekelilingnya. Bisa diterjemahkan media sosial sebagai alat komunikasi untuk seseorang berinteraksi. Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Dalam hal ini media sosial adalah media yang dipergunakan secara online untuk beraktifitas maupun berkolaborasi (Purwa, 2022).

Pengetahuan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku pada seseorang menjadi seorang wirausahawan (*entrepreneur*) sejati sehingga mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir. Pengetahuan kewirausahaan didefinisikan sebagai pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat atau konsumennya. Dengan demikian, pengetahuan kewirausahaan adalah pengetahuan yang didapat dari proses pembelajaran kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa mengenai bagaimana

memanfaatkan peluang usaha yang menguntungkan, bagaimana merintis usaha baru, menghasilkan tambah baru dan menghasilkan produk dan jasa baru sebagai modal untuk berwirausaha (Saidun Hutasuhut, Thamrin, 2023).

Selain pengetahuan kewirausahaan dan teknologi informasi, faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha adalah *self efficacy* mahasiswa. *Self efficacy* disebut sebagai jaminan diri dan kemampuan individu untuk mencapai perilaku tertentu. Apabila seseorang memiliki tingkat *self efficacy* yang tinggi, percaya pada diri sendiri dalam mengerjakan suatu hal, maka suatu saat dalam melaksanakan atau mengerjakan sesuatu atau tugas tertentu, dan menyelesaikannya, seseorang akan lebih berani terutama seperti dalam hal berwirausaha, karena dalam berwirausaha tidak mengenal rasa kurang percaya diri, semua harus dikerjakan tepat waktu dan tepat sasaran (Yanti, 2019).

Efikasi diri merupakan salah satu aspek afektif tentang individu itu sendiri yang paling berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Tumbuhnya efikasi diri merupakan salah satu aspek yang berpengaruh dalam keberhasilan menghadapi tuntutan kehidupan. Efikasi menjadi penting untuk menjawab tuntutan kehidupan atau tugas yang diberikan karena dengan efikasi diri individu atau mahasiswa tidak mudah menyerah hingga tercapainya hasil yang diharapkan. Sehingga adapat didefinisikan efikasi diri sebagai persepsi diri sendiri mengenai seberapa bagus diri dapat berfungsi dalam situasi tertentu, efikasi diri berhubungan dengan keyakinan bahwa diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan (Saidun Hutasuhut, Thamrin, 2023).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu terdapat faktor pendidikan (pengetahuan kewirausahaan), teknologi informasi dan komunikasi (media sosial), kelembagaan, hukum, infrastruktur, finansial, komunikasi, prosedur, perubahan cepat, skala besar, *stakeholder*, globalisasi, dan teknologi R&D. Faktor pendidikan (pengetahuan kewirausahaan) dan teknologi informasi (media sosial) menjadi dua variabel yang saya pilih, dikarenakan pengetahuan kewirausahaan telah didapatkan dalam bangku kuliah, yang di mana dengan adanya pengetahuan ini seseorang dapat memiliki sebuah kreativitas dan dapat berinovasi serta dapat mengetahui dasar-dasar dalam memulai wirausaha sehingga menjadi salah satu minat dalam berwirausaha. Kemudian untuk variabel media sosial di kalangan milenial sudah tidak asing lagi menggunakan media sosial, adanya berbagai jenis media sosial dapat dijadikan sebagai media untuk mendapatkan informasi dan melakukan promosi produk, sehingga mampu meningkatkan minat berwirausaha (Giri & Sujana, 2023).

Minat berwirausaha menunjukkan suatu ketertarikan pada diri seseorang terhadap kegiatan wirausaha dan keinginan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Minat berwirausaha muncul karena didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi yang pada akhirnya memunculkan keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut (Cahayani et al., 2022:99). Kegiatan kewirausahaan dapat terjadi ketika seseorang atau individu memiliki minat untuk berwirausaha, khususnya bagi mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan. Namun minat berkewirausahaan pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan

masih rendah, hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan mengenai minat kewirausahaan, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Hasil Prasurvey Minat Berwirausaha

No	Pertanyaan	Jawaban			
		S	%	TS	%
1.	Saya memiliki minat yang tinggi untuk menjalankan suatu usaha/bisnis	13	43%	17	57%
2.	Saya memiliki motivasi untuk berwirausaha serta siap dalam menanggung berbagai risiko yang mungkin terjadi	10	33%	20	67%
3.	Saya memiliki keinginan dan ketertarikan untuk membuat suatu brand yang dapat saya kelola sendiri	14	47%	16	53%
Jumlah Rata-Rata		41%		59%	

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023.

Berdasarkan data observasi awal yang dilakukan pada 30 mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan menunjukkan, bahwa mahasiswa yang memiliki minat untuk menjalankan suatu bisnis diperoleh sebanyak 13 mahasiswa mengatakan setuju, mahasiswa yang memiliki motivasi untuk berwirausaha sebanyak 10 mahasiswa mengatakan setuju dan mahasiswa yang memiliki keinginan dan ketertarikan dalam membuat suatu *brand* diperoleh sebanyak 14 siswa yang mengatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan berdasarkan hasil observasi awal menunjukkan bahwa minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan masih rendah.

Minat berwirausaha akan timbul pada era ini melalui kecanggihan dalam perkembangan teknologi untuk mengakses internet yang praktis sehingga penggunaan media sosial dapat menyampaikan segala kebutuhan manusia terpenuhi. Kecanggihan teknologi bisa menghasilkan barang-barang pemuas semakin menarik dan mudah ditemui, dengan mendorong wirausahawan untuk terus mencari pemuas kebutuhan tersebut (Dhitara & Ardiansyah, 2022b). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Giri & Sujana (2023) yang menyatakan bahwa media sosial memberikan pengaruh yang mengarah hasil positif dan juga hasil signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa.

Media sosial semakin di akui keberadaannya karena dapat membantu kegiatan berwirausaha sehingga dapat menjadi sebuah peluang yang menguntungkan untuk wirausahawan kedepannya agar terus menggali *skill* berwirausaha melalui media sosial (Yusril & Harti dalam Widyawati et al., 2022:110).

Media sosial juga dapat meningkatkan kepercayaan diri (efikasi diri) Mahasiswa dalam melakukan kegiatan berwirausaha. Penggunaan media sosial dan konten-konten mengenai berwirausaha dapat meningkatkan minat Mahasiswa dalam berwirausaha. Efikasi diri secara tidak langsung dapat berperan melalui sikap seorang wirausahawan untuk dapat mengambil keputusan demi karir usaha bisnisnya. Efikasi diri berkontribusi pada kinerja individu dengan adanya optimis di dalam dirinya lebih besar, namun berbanding terbalik apabila optimis tersebut lebih kecil maka akan menurunkannya (Dhitara & Ardiansyah, 2022a).

Mahasiswa sebagai bagian generasi muda, tentunya sudah sangat akrab dengan kegiatan yang menggunakan internet termasuk media sosial. Bahkan ada orang-orang yang setiap hari menghabiskan waktunya lebih banyak dengan berinteraksi di media sosial (Satrio Nugroho & Tomo, 2020:87). Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak penggunaan jejaring sosial maka semakin tinggi pula kemampuan mahasiswa untuk memulai usaha, sebaliknya jika tingkat penggunaan jejaring sosial rendah maka kemampuan mahasiswa untuk memulai usaha semakin rendah. Terbukti bahwasannya media sosial memainkan peran komunikasi (Rahayu dalam Rahayu & Sulistyowati, 2022:15).

Sejalan dengan Teori Ketergantungan Media (*Media Dependancy Theory*) juga dapat digunakan untuk melihat sejauh mana individu dalam pemenuhan kebutuhannya akan media menjadi tergantung pada media tertentu dan membuat media pilihannya tersebut menjadi penting bagi dirinya (Aprinta & Dwi, 2017). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Listiawati & Indrawati (2020) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Tabel 1. 2
Hasil Pra Survey Mengenai Media Sosial

No	Pertanyaan	Jawaban			
		S	%	TS	%
1.	Saya sering mendapatkan inspirasi atau informasi tentang wirausaha melalui konten di media sosial.	10	33%	20	67%
2.	Konten tentang wirausaha di media sosial memengaruhi minat saya untuk memulai usaha sendiri.	14	47%	16	53%

No	Pertanyaan	Jawaban			
		S	%	TS	%
3.	Menurut saya, media sosial memberikan dukungan yang cukup bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha sendiri.	13	43%	17	57%
Jumlah Rata-Rata		41%		59%	

Sumber : Data Diolah Peneliti,2023

Berdasarkan data observasi awal yang dilakukan pada 30 mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan menunjukkan, bahwa mayoritas mahasiswa menjawab tidak setuju pada pernyataan “Saya sering mendapatkan inspirasi atau informasi tentang wirausaha melalui konten di media sosial” sebanyak 20 orang atau 67%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan masih sedikit yang minat berwirausaha atau mendapatkan inspirasi melalui konten di media sosial.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan. Seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan, dan kemauan. Ada kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan, maka akan sulit berkembang dan berhasil. Sebaliknya, memiliki pengetahuan dan kemampuan, tetapi tidak disertai dengan kemauan, maka tidak akan terwujud menjadi wirausahawan (Marpaung, Fitri, & Situmorang, 2023). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama aditya, yohana corry (2019) yang menyatakan bahwa sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan, akan terwujud jika rasa kepercayaan diri seseorang lebih besar dari pada situasi yang sedang dihadapi. Efikasi diri atau keyakinan diri yang dimiliki mahasiswa akan memberikan keberhasilan dan menciptakan kepuasan dalam berwirausaha. Efikasi diri turut berkontribusi dalam perkembangan pendidikan kewirausahaan dan rancangan kegiatan berwirausaha. Adanya keyakinan yang dimiliki oleh wirausahawan dalam mengelola usaha akan menciptakan kemauan dan kesiapan yang matang dalam mewujudkan keberhasilan usaha. Wirausahawan yang yakin dengan kemampuan diri mampu mengelola suatu pekerjaan dengan cara sistematis, terencana, efektif dan efisien (Srianggareni et al., 2020).

Pengetahuan kewirausahaan dapat memberikan proses pembelajaran yang dilakukan oleh seseorang untuk mengubah sikap dan pola pikir mahasiswa terhadap karir kewirausahaan. Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) keputusan berwirausaha dipengaruhi oleh salah satu faktor internal yaitu pembelajaran. Pengetahuan kewirausahaan bisa didapat melalui pembelajaran, baik pembelajaran didalam kelas maupun diluar kelas (Agusmiati & Wahyudin, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti & Patrikha (2022) yang menyatakan bahwa mata kuliah kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Tabel 1.3
Hasil Pra Survey Mengenai Pengetahuan Kewirausahaan

No	Pertanyaan	Jawaban			
		S	%	TS	%
1.	Saya percaya bahwa pemahaman tentang strategi bisnis dapat meningkatkan kesempatan sukses dalam berwirausaha.	10	33%	20	67%
2.	Pengetahuan saya tentang konsep dasar kewirausahaan memengaruhi minat saya untuk memulai usaha sendiri.	12	40%	18	60%
3.	Saya yakin bahwa pengalaman belajar tentang wirausaha dapat membuka pikiran dan meningkatkan minat saya untuk menjadi seorang wirausahawan.	7	23%	23	77%
Jumlah Rata-Rata		32%		68%	

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan data observasi awal yang dilakukan pada 30 mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan menunjukkan, bahwa mayoritas mahasiswa menjawab tidak setuju pada pernyataan “Saya yakin bahwa pengalaman belajar tentang wirausaha dapat membuka pikiran dan meningkatkan minat saya untuk menjadi seorang wirausahawan” sebesar 77%.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak yakin dengan pengalaman belajar tentang kewirausahaan dapat membuka pikiran dan meningkatkan minat mereka untuk menjadi wirausahawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuritanto & Armansyah (2021) yang menyatakan bahwa Variabel Pengetahuan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Seseorang harus memiliki minat berwirausaha terlebih dahulu karena minat dapat membuat seseorang melakukan sesuatu dengan maksimal. Dengan adanya minat seseorang akan merencanakan dengan baik usahanya dimulai dari awal pembukaan usaha sampai masa yang akan datang. Saat ingin melakukan usaha seseorang harus merubah pola pikir dalam menjalankan usahanya yaitu dengan cara memanfaatkan peluang serta menggunakan teknologi dalam berwirausaha (Hazizah & Padli Nasution, 2022:2).

Efikasi diri mengacu pada kesungguhan seseorang atas kemampuannya dalam mencapai tujuan. Rasa kepercayaan diri sangat diperlukan didalam melakukan suatu usaha karena jika seseorang sudah yakin akan kemampuan yang dimilikinya maka usaha tersebut juga akan mudah berhasil dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki keyakinan akan kemampuan dirinya maka keberhasilan yang akan diperoleh akan sangat kecil bahkan bisa jadi mengalami kegagalan (Purwaningsih, Karlina, & Tukiran, 2023).

Efikasi diri inilah bisa menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa dan mahasiswa dituntut untuk dapat memiliki keyakinan dan kepercayaan akan kemampuan yang dimilikinya untuk bisa menyelesaikan tugasnya dan dapat bertanggungjawab dengan apa yang sudah dilakukannya yakin dan percaya dengan kemampuannya sendiri agar dapat menyelesaikan semua tugas dan dapat bertanggung jawab dengan apa yang sedang dilakukannya.

Efikasi diri pertama kali diperkenalkan oleh Bandura (1997) dalam pembelajaran sosial, dimana efikasi diri merupakan turunan dari teori kognitif sosial (*Social Cognitif Theory*). Teori ini memandang pembelajaran sebagai

penguasaan pengetahuan melalui proses kognitif informasi yang diterima. Teori ini juga menekankan pentingnya belajar melalui observasi dan interaksi sosial. Melalui media sosial, mahasiswa dapat mengamati dan belajar dari pengalaman orang lain, dan akan berdampak pada peningkatan pengetahuan kewirausahaan mereka. Sementara efikasi diri merupakan faktor kunci yang mempengaruhi motivasi dan tindakan seseorang. Sejalan dengan teori kognitif sosial, efikasi diri yang tinggi dipengaruhi oleh pengetahuan dan pembelajaran observasional dari media sosial, yang akan meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Efikasi adalah penilaian diri, apakah dapat melakukan tindakan yang baik atau buruk, tepat atau salah, bisa atau tidak bisa mengerjakan sesuai dengan yang dipersyaratkan (Birama & Nurkhin, 2017).

Tabel 1. 4
Hasil Pra Survey Mengenai Efikasi Diri

No	Pertanyaan	Jawaban			
		S	%	TS	%
1.	Saya percaya bahwa saya memiliki kemampuan untuk memulai dan mengelola bisnis dengan baik.	14	47%	16	53%
2.	Saya merasa memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk menjadi seorang wirausahawan.	12	40%	18	60%
3.	Saya yakin bahwa saya bisa mengatasi hambatan atau tantangan yang mungkin timbul dalam menjalankan bisnis.	11	37%	19	63%
Jumlah Rata-Rata		41%		59%	

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan data observasi awal yang dilakukan pada 30 mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan menunjukkan bahwa, mayoritas mahasiswa menjawab tidak setuju pada pernyataan

“Saya yakin bahwa saya bisa mengatasi hambatan atau tantangan yang mungkin timbul dalam menjalankan bisnis” sebesar 63%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa belum memiliki keyakinan yang kuat untuk menghadapi tantangan dalam berwirausaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nabilah & Yonisa Kurniawan (2022) yang, menyatakan bahwa efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Sahroh, 2018) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Agusmiati & Wahyudin, 2019) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Premaytri Yuwinda dkk yaitu *use of sosmed* serta efikasi diri terhadap minat berwirausaha; serta motivasi berwirausaha terhadap efikasi diri secara terpisah berpengaruh signifikan dan positif (Dhitara & Ardiansyah, 2022b).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka akan dilakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha dengan Efikasi Diri sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 Universitas Negeri Medan”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka terdapat identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan masih rendah.
2. Mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan masih sedikit yang minat berwirausaha atau mendapatkan inspirasi melalui konten di media sosial.
3. Mahasiswa tidak yakin dengan pengalaman belajar tentang kewirausahaan dapat membuka pikiran dan meningkatkan minat mereka untuk menjadi wirausahawan.
4. Mahasiswa belum memiliki keyakinan yang kuat untuk menghadapi tantangan dalam berwirausaha.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya ruang lingkup permasalahan yang terjadi di objek penelitian, maka peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Sosial media yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Instagram, WhatsApp, Facebook, dan Tiktok oleh mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan terkait segala konten yang berkaitan dengan wirausaha.

2. Pengetahuan kewirausahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengetahuan mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan di Universitas Negeri Medan mengenai kewirausahaan.
3. Minat berwirausaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha pada diri setiap mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan.
4. Efikasi diri yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keyakinan mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan terhadap kemampuannya dalam berwirausaha.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap Efikasi Diri pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan?
2. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Efikasi Diri pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan?
3. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan?

4. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan?
5. Apakah Efikasi Diri berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan?
6. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha melalui Efikasi Diri pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan?
7. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha melalui Efikasi Diri pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka terdapat tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial terhadap Efikasi Diri pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Efikasi Diri pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan.
4. Untuk mengetahui Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan.
5. Untuk mengetahui pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan.
6. Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha melalui Efikasi Diri pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan.
7. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha melalui Efikasi Diri pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Seusai penelitian ini dilaksanakan, harapannya penelitian ini mampu memberi manfaat pada beberapa pihak, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan yang berarti bagi dunia akademis, sehingga dapat dijadikan referensi dalam melakukan telah

kajian mengenai pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan efikasi diri, sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa, sebagai informasi tambahan yang dapat memperluas wawasan pengetahuan tentang pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan efikasi diri, sebagai variabel intervening.
- b. Bagi Pendidik, penelitian ini membantu pendidik memahami tren terbaru dan kebutuhan dalam bidang kewirausahaan, sehingga mereka dapat merancang kurikulum yang lebih relevan dan praktis untuk mahasiswa.
- c. Bagi Peneliti, untuk memperdalam pemahaman terkait dinamika kewirausahaan, terutama terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan usaha. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengembangkan teori dan model baru yang lebih relevan dengan kondisi aktual.
- d. Bagi Kampus, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pustaka untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan efikasi diri, sebagai variabel intervening pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 Universitas Negeri Medan. Serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengembangkan pola pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

dalam memotivasi mahasiswa dan mengubah pola pikir mahasiswa untuk dapat menarik minat mahasiswa untuk berwirausaha agar menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan berguna.

- e. Bagi Penelitian Selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi penyedia basis data empiris dan temuan yang dihasilkan dapat diuji ulang atau dikembangkan lebih lanjut. Diharapkan juga penelitian ini dapat membantu untuk mengidentifikasi tren dan pola yang dapat memberikan wawasan baru bagi penelitian selanjutnya mengenai perilaku wirausaha, pasar, dan inovasi.

