

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Penggunaan Instagram

2.1.1.1 Pengertian Instagram

Akses terhadap media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Hal tersebut dikarenakan adanya kebutuhan manusia terkait dengan informasi, hiburan, pendidikan dan akses pengetahuan dari seluruh penjuru dunia. Berkat adanya teknologi informasi yang terus berkembang dan semakin canggih serta diikuti dengan perkembangan perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan dunia dalam genggaman.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual untuk berbagi data, seperti audio atau video, seperti halnya media sosial instagram.

Shirky (dalam Nasrullah, 2016:11), menyebutkan bahwa:

“Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi.”

Pendapat lain dikemukakan oleh Boyd (dalam Nasrullah, 2016:11), menjelaskan bahwa “Media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.” Media

sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media masa.

Nasrullah (2016:12) menarik kesimpulan sebagai berikut:

“Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk iklan sosial secara virtual.”

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media online yang digunakan sebagai sarana bagi para pengguna agar dapat berbagi, berkomunikasi, dan bekerjasama dengan individu ataupun kelompok.

Sekarang ini banyak situs-situs yang melakukan penjualan barang dan jasa lewat media sosial, salah satunya adalah menggunakan instagram. Instagram menjadi media sosial yang banyak sekali peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya. Bisa dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran yaitu melalui share foto-foto dan video produk yang akan dijual.

Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri, yaitu Burbn.inc. Sampai akhirnya diakuisisi oleh facebook pada tahun 2012. Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan antara penggunanya telah mengubah pola-pola interaksi individu dalam berkomunikasi. Menurut Hoffman, Novak, Doolin et.al (dalam Fatanti dan Suyadnya, 2015) bahwa “*Instagram which is initially only serves as a media for online photography evolve effectively in advertising, promotion, marketing, distribution ideas/goods and providing information services fast, precise and accurate.*” Karena fungsi utama instagram adalah sebagai media fotografi online, banyak para pengguna memanfaatkannya sebagai media promosi

atau periklanan. Informasi yang diberikan lewat instagram merupakan informasi yang akurat karena informasi yang diberikan merupakan informasi yang langsung disampaikan oleh pengguna akun tanpa ada panitia yang mengubah informasi tersebut.

Menurut Kurniawati dan Baroroh (2016) memaparkan bahwa “Instagram adalah aplikasi yang menyediakan fitur seperti *update status*, *check-in*, *retweet*, seperti pesan langsung, dan merekomendasikan bagi pengguna untuk memperbarui informasi.”

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa Penggunaan instagram merupakan kegiatan penggunaan yang memanfaatkan sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengambil serta membagi informasi berupa gambar dan video secara online yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi atau periklanan.

2.1.1.2 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lain. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibandingkan dengan media lainnya.

Nasrullah (2016:15), karakteristik media sosial yaitu:

1. Jaringan (*Network*)
Jaringan (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan komputer maupun perangkat keras lainnya.
2. Informasi (*Information*)
Informasi menjadi entitas yang penting di media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi

komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi diproduksi, dipertukarkan dan dikonsumsi oleh setiap individu.

3. Arsip (*archive*)
Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan saja dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi yang diunggah di media sosial tidak akan hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun.
4. Interaksi (*interactivity*)
Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna.
5. Simulasi sosial (*simulation of society*)
Ketika berinteraksi dengan pengguna lain melalui antar muka (*interface*) di media sosial, pengguna harus melalui dua kondisi. Pertama pengguna harus melakukan koneksi untuk berada di ruang siber, yakni melakukan log in atau masuk ke media sosial dengan sebelumnya menuliskan nama pengguna (*username*) serta kata kunci (*password*). Kedua, ketika berada di media sosial. Pengguna kadang-kadang melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasikan atau mengkonstruksi dirinya di dunia virtual.
6. Konten oleh pengguna (*user generated content*).
Konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik lain.

2.1.1.3 Nilai Bisnis yang Dihasilkan Media Sosial

Karakteristik dari media sosial dapat memperlihatkan beberapa keuntungan dari nilai bisnis yang dihasilkan oleh fasilitas yang diberikan media sosial. Fauzi (2015), Nilai bisnis yang dihasilkan oleh media sosial antara lain:

1. Penetrasi Pasar (*Market Penetration*)
Internet dan media sosial dapat dimanfaatkan untuk menjual lebih banyak produk pada pasar yang ada
2. Pengembangan pasar (*Market Development*)
Internet dapat digunakan untuk menjual produk pada pasar yang baru, serta dapat mengambil sebuah keuntungan dari hasil biaya yang rendah dari iklan
3. Pengembangan Produk (*Product Development*)
Produk atau jasa baru yang dikembangkan dapat dikirimkan kepada internet dan oleh internet
4. Diversifikasi
Produk baru yang dikembangkan dapat dijual pada pasar yang baru

2.1.1.4 Indikator Penggunaan Media Sosial Instagram

Media sosial memiliki daya tarik tersendiri bagi setiap kalangan, begitupula dengan kalangan remaja. Salah satunya adalah media sosial instagram. Dari sekian banyaknya media sosial yang tersedia, instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dan diminati oleh pengguna internet dan gadget khususnya pada kalangan pelajar.

Dwiatma (2017) menyatakan indikator penggunaan media sosial adalah:

1. Partisipasi, media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (*feedback*) dari setiap orang yang tertarik.
2. Keterbukaan, hampir semua pelayan media sosial terbuka untuk umpan balik (*feedback*) dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagi informasi.
3. Percakapan, komunikasi yang terjalin antara dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui sosial media tersebut
4. Komunikasi, media sosial memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas saling berbagi minat yang sama, misalnya fotografi, isu-isu politik atau program televisi dan radio favorit.
5. Saling terhubung, hampir semua media sosial berhasil untuk saling terhubung, membuat link pada situs-situs, sumber-sumber lain dan orang-orang.
6. Keterampilan siswa menggunakan media sosial.

2.1.2 Sistem Informasi Akuntansi

2.1.2.1 Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi berguna dalam wirauaha, karena sistem informasi akuntansi merupakan elemen atau komponen yang saling berintegrasi dalam pengolahan data menjadi suatu informasi keuangan yang berguna dalam penyajian dalam bentuk laporan keuangan suatu perusahaan. Sistem informasi akuntansi adalah kumpulan sumber daya (manusia dan peralatan) pada suatu organisasi yang dirancang sedemikian rupa yang berisi tentang informasi keuangan

dan informasi yang telah dikumpulkan agar memudahkan dalam pengambilan keputusan.

Menurut O'Brien dan Marakas (2008) "sistem informasi akuntansi adalah sekumpulan komponen-komponen yang saling berkaitan antara satu sama lain, yang memiliki batasan-batasan tertentu yang jelas.

Wing (1994:4), menyimpulkan bahwa:

"Sistem informasi akuntansi adalah komponen organisasi yang dirancang untuk mengolah data keuangan menjadi informasi atau laporan keuangan yang ditujukan kepada pihak internal maupun eksternal perusahaan. Data dapat diolah menjadi informasi dengan cara manual ataupun dengan bantuan komputer."

Penulis menyimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi adalah komponen yang secara khusus dirancang dalam memproses data keuangan suatu perusahaan dan menghasilkan laporan keuangan untuk mempermudah pihak internal maupun eksternal perusahaan dalam pengambilan keputusan.

2.1.2.2 Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi untuk Menambah Nilai Bisnis

Sebuah sistem informasi akuntansi merupakan sebuah aktifitas pendukung yang dapat digunakan untuk melaksanakan aktivitas utama secara lebih efisien dan lebih efektif. Pada dasarnya, sebuah sistem informasi akuntansi dapat menambah nilai bagi bisnis dengan cara berikut:

1. Dapat memperbaiki produk atau jasa dengan meningkatkan kualitas, mengurangi biaya, atau menambah atribut yang diinginkan konsumen
2. Dapat meningkatkan efisiensi
3. Dapat memberikan informasi yang tepat waktu dan dapat dipercaya untuk memperbaiki pembuatan keputusan
4. Dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan
5. Dapat memperbaiki komunikasi
6. Dapat memperbaiki penggunaan pengetahuan

2.1.2.3 Kegunaan Sistem Informasi Akuntansi

Kegunaan dari sistem informasi akuntansi ialah:

1. Menghasilkan laporan-laporan eksternal
2. Mendukung aktivitas operasi yang rutin
3. Mendukung ketentuan-ketentuan informasi untuk pengambilan keputusan
4. Mendukung perencanaan dan pengendalian
5. Menyediakan pengendalian internal

2.1.2.4 Indikator Sistem Informasi Akuntansi

Setelah mengetahui pengertian sistem informasi akuntansi, menurut Krismiadi (2010:188), “untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, maka indikator sistem informasi akuntansi adalah sebagai berikut:

1. Kemanfaatan
Informasi yang dihasilkan oleh sistem harus membantu manajemen dan para pemakai dalam membuat keputusan
2. Ekonomis
Manfaat sistem harus melebihi pengorbanannya
3. Daya modal
Sistem harus memproses data secara akurat dan lengkap
4. Ketersediaan
Para pemakai harus dapat mengakses data senyaman mungkin, kapan saja pemakai menginginkannya
5. Kesepakatan waktu
Informasi yang penting harus dihasilkan lebih dahulu, kemudian baru informasi lainnya

2.1.3 Pendidikan Kewirausahaan

2.1.3.1 Pengertian Pendidikan Kewirausahaan

Pada dasarnya pendidikan merupakan sebuah proses yang mementingkan adanya perubahan dalam diri seseorang, dari yang semula tidak tahu menjadi tahu. Pendidikan dapat memberikan sebuah perubahan namun harus ada dukungan dari ilmu pengetahuan, untuk mendukung hal tersebut diperlukan sebuah pengajaran.

Pengajaran adalah sebuah proses transfer ilmu melalui mata kuliah yang diajarkan oleh dosen khususnya yang sedang berada di dalam perguruan tinggi.

Menurut Saroni (2012:45) “Pendidikan kewirausahaan adalah program pendidikan yang menganggap aspek kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pembekalan kompetensi peserta didik”, dan Wibowo (2011:30), mengemukakan “Pendidikan kewirausahaan adalah upaya internalisasi jiwa dan mental kewirausahaan baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, training dan sebagainya.

Dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan pembekalan kompetensi peserta didik mengenai kewirausahaan untuk masa yang akan datang melalui berbagai lembaga pendidikan. Salah satu lembaga pendidikan yang menanamkan kompetensi kewirausahaan kepada peserta didik adalah Universitas Negeri Medan melalui mata kuliah kewirausahaan.

Mata kuliah kewirausahaan merupakan mata kuliah yang mempelajari mengenai kewirausahaan, dengan tujuan untuk menanamkan pemahaman dalam diri mahasiswa mengenai seperti apa dan bagaimana wirausaha dapat memberikan masa depan yang lebih baik nantinya. Kegiatan pembelajaran kewirausahaan bertujuan untuk menghasilkan lulusan, yang memiliki kemampuan untuk mengatasi permasalahan pengangguran.

Menurut Rusdiana (2014:90) “Ilmu Kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya”.

Kewirausahaan disebut juga *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, *unternehmer* dalam bahasa Jerman, *Ondernemen* dalam bahasa Belanda. Menurut Basrowi (2016:2)

“Kewirausahaan adalah proses kemanusiaan (*human procces*) yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi dalam memahami peluang, mengorganisasi sumber-sumber, mengelola sehingga peluang itu terwujud menjadi suatu usaha yang mampu menghasilkan laba atau nilai untuk jangka waktu yang lama.”

Suryana (2018:29) mengemukakan bahwa:

“Kewirausahaan adalah semangat perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan/atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan/masyarakat, dengan selalu berusaha mencari dan melayani langganan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan prduk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil risiko, kreativitas, dan inovasi, serta kemampuan manajemen.”

Selanjutnya Ananda dan Rafida (2016:8) menyimpulkan bahwa kewirausahaan adalah:

1. Sikap, jiwa dan kemampuan unuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain
2. Sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarsa dan bersahaja dalam berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya atau kiprahnya
3. Usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen
4. Suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), dan sesuatu yang berbeda (*inovative*) yang bermanfaat bagi konsumen dan memberi nilai lebih

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa mata kuliah kewirausahaan adalah pembelajaran yang harus diajarkan (dipelajari) agar

mahasiswa memiliki kemampuan untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai serta berani mengambil risiko demi mencapai nilai lebih dengan mendeteksi peluang yang ada.

2.1.3.2 Manfaat Pendidikan Kewirausahaan

Menurut Rusdiana (2014:11) manfaat pendidikan kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menciptakan alumni yang memiliki jiwa kewirausahaan agar setelah berbekal ilmu pengetahuan dapat mengembangkannya dalam bentuk usaha mandiri dan terjebak oleh keinginan menjadi pekerja kantoran, yang senantiasa mengandalkan gaji bulanan yang kurang menjanjikan untuk kesejahteraan hidupnya
2. Untuk mempersiapkan diri dengan potensi dan keterampilan yang siap pakai sehingga mempermudah memperoleh pekerjaan di dunia kerja meskipun telah mengantongi ijazah
3. Untuk membekali diri dengan berbagai macam keterampilan untuk keluar dari kompetensi yang tidak sehat dan kurang positif
4. Untuk membekali teori dan semangat yang tinggi agar tidak mudah putus asa menghadapi tantangan yang semakin keras di dunia usaha masa yang akan datang;
5. Untuk meningkatkan kepercayaan diri agar tidak bergantung kepada orang lain dan bahkan apabila berhasil menjadi pengusaha sukses akan mampu mensejahterakan orang lain.

Lain halnya dengan Danuhadimedjo (dalam Sari 2016:30) mengemukakan perlunya pendidikan kewirausahaan di Indonesia, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengembangkan, memupuk dan membina bibit atau bakat pengusaha sehingga bibit tersebut lebih berbobot dan selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan yang mutakhir
2. Untuk memberikan kesempatan kepada setiap manusia supaya sedapat mungkin menumbuhkan kepribadian wirausaha
3. Pendidikan kewirausahaan menjadikan manusia berwta unggul, memberikan kemampuan untuk membersihkan sikap mental negatif meningkatkan daya saing dan daya juang
4. Apabila kepribadian kewirausahaan ini dapat dimiliki maka negara kita yang sedang berkembang ini akan dapat menyusul ketertinggalan atau menyamai negara yang sudah maju

5. Untuk menumbuhkan cara berpikir yang rasional dan produktif dalam memanfaatkan waktu dan faktor-faktor modal yang dimiliki oleh wirausaha tradisional pribumi.

Dari beberapa manfaat yang dijabarkan di atas, tampak jelas bahwa pendidikan kewirausahaan memang memiliki manfaat yang sangat membantu setiap kalangan. Oleh sebab itu, pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan tetapi membentuk sikap perilaku dan pola pikir (*mindset*) seorang wirausahawan (*entrepreneurship*). Hal ini merupakan investasi modal dalam memulai membentuk usaha yang baru.

2.1.3.3 Objek Studi Kewirausahaan

Kewirausahaan mempelajari nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovasi. Oleh sebab itu, objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku. Menurut Soemahamidjaja (dalam Rusdiana, 2013:52), kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi:

1. Kemampuan merumuskan tujuan/hidup usaha. Dalam merumuskan tujuan hidup/usaha diperlukan perenungan, koreksi yang berulang-ulang dibaca dan diamanati sampai memahami kemauannya;
2. Kemampuan memotivasi diri untuk melahirkan suatu tekad kemauan yang menyala-nyala;
3. Kemampuan untuk berinisiatif, yaitu mengajarkan sesuatu yang baik tanpa menunggu perintah orang lain, yang dilakukan berulang-ulang sehingga menjadi kebiasaan berinisiatif;
4. Kemampuan berinovasi, yang melahirkan kreativitas (daya cipta) setelah dibiasakan berulang-ulang akan melahirkan motivasi. Kebiasaan inovatif adalah desakan dalam diri untuk selalu mencari berbagai kemungkinan baru atau kombinasi yang dapat dijadikan peranti dalam menyajikan barang dan jasa kemakmuran masyarakat;
5. Kemampuan untuk membentuk modal uang atau barang modal (*capital goods*);
6. Kemampuan untuk mengatur waktu dan membiasakan diri untuk selalu tepat waktu dalam segala tindakan melalui kebiasaan yang selalu tidak menunda pekerjaan;

7. Kemampuan mental yang dilandasi agama; dan
8. Kemampuan untuk membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik ataupun menyakitkan.

2.1.3.4 Indikator Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan merupakan sebuah pembelajaran kewirausahaan yang terdiri dari pembelajaran teori, praktik dan implementasi. Dalam pembelajaran kewirausahaan ada hal yang perlu diperhatikan yaitu metode pembelajaran yang harus menarik sehingga mampu menumbuhkan minat berwirausaha serta menghadirkan pengalaman yang diperlukan peserta didik untuk berani melangkah untuk menghadapi keberhasilan dan kegagalan.

Menurut Mulyani 2011, mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan melalui pendidikan kewirausahaan dan peneliti mengambil nilai tersebut sebagai indikator penilaian pendidikan kewirausahaan, antara lain:

1. Kreatif, yaitu pola berpikir dan melakukan sesuatu untuk menghasilkan cara atau hasil yang berbeda dari produk maupun jasa yang telah ada
2. Inovatif, yaitu kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan serta memperkaya kehidupan
3. Mandiri, yaitu sikap dan perilaku yang tidak tergantung pada orang lain dalam menyelesaikan tugas-tugas. Orang yang mandiri adalah orang yang berani mengambil keputusan dan bertindak sendiri tanpa harus bergantung pada orang lain.
4. Realistis, yaitu kemampuan dengan menggunakan fakta atau realita sebagai landasan berpikir yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan atau perbuatannya. Realistis menyesuaikan dengan keadaan dan kemampuan yang ada
5. Komunikatif, yaitu suatu tindakan yang memperlihatkan rasa senang berbicara, bergaul dan bekerja sama dengan orang lain.

2.1.4 Minat Berwirausaha

2.1.4.1 Pengertian Minat Berwirausaha

Minat merupakan pengalaman belajar. Jenis pelajaran yang melahirkan minat akan menentukan seberapa lama minat dapat bertahan dan kepuasan yang diperoleh dari minat itu. Pada semua kalangan usia, minat memainkan peran yang penting dalam kehidupan seseorang dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap. Ada beberapa ahli yang mengemukakan tentang minat.

Menurut Kamisa (dalam Kuntowicaksono, 2012:46) “Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan.” Pengertian ini memberikan makna bahwa minat sebagai suatu keinginan terhadap objek yang dianggap menimbulkan minat. Minat berperan sangat penting dalam kehidupan peserta didik dan mempunyai dampak yang besar terhadap sikap dan perilaku. Siswa yang berminat pada kegiatan belajar akan berusaha lebih giat dibandingkan dengan siswa yang kurang atau tidak berminat.

Menurut Amalia, dkk (2016:764) “Minat adalah rasa ketertarikan dan perhatian terhadap objek yang menjadi sasaran karena objek tersebut menarik perhatian dan membangkitkan rasa senang.”

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa minat adalah kesadaran seseorang yang dapat menimbulkan adanya keinginan dan ketertarikan akan suatu objek ataupun aktivitas yang menjadi kesukaan serta menarik perhatiannya. Minat juga dapat timbul dengan mengagumi sesuatu yang menurutnya sangat luar biasa atau memiliki sesuatu yang belum ia miliki. Minat

yang ada pada diri seseorang pada dasarnya bukanlah bawaan sejak lahir, melainkan sejak seseorang tersebut beradaptasi dengan lingkungannya.

Wirausaha adalah istilah yang telah diterjemahkan dari kata *entrepreneur*. Wirausaha merupakan orang yang memiliki kemampuan berpikir kreatif, inovatif yang dijadikan dasar untuk dijadikan modal mencari peluang yang ada dalam menuju kesuksesan.

Dalam Lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, dicantumkan bahwa:

- a. Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan kewirausahaan
- b. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar

Suryana (2018:29), menyimpulkan bahwa

“Kewirausahaan adalah semangat perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan/atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan/masyarakat, dengan selalu berusaha mencari dan melayani pelanggan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil risiko, kreativitas, dan inovasi, serta kemampuan manajemen.”

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dipaparkan oleh beberapa ahli, maka dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan untuk berfikir kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar sebagai sumber daya, proses, dan perjuangan untuk menciptakan dan memberikan nilai tambah terhadap sesuatu yang

baru baik dalam bentuk jasa ataupun barang yang dilakukan dengan keberanian dalam mengambil resiko untuk mendapatkan keuntungan.

Minat berwirausaha mengindikasikan kesukaan atau ketertarikan seseorang untuk berwirausaha. Minat berwirausaha muncul karena adanya pengetahuan dan informasi mengenai kewirausahaan yang kemudian dilanjutkan untuk berpartisipasi secara langsung untuk terlibat dalam kegiatan pengambilan risiko untuk menjalankan bisnis atau usaha sendiri. Minat berwirausaha tidak dimiliki dengan begitu saja melainkan dapat dipupuk dan dikembangkan.

Kurnia, et.al (2018), menyimpulkan bahwa “Minat berwirausaha adalah sebuah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan seseorang untuk mempertaruhkan kinerjanya untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan tanpa takut terhadap risiko yang mungkin dihadapi.”

Tisa & Anggadwita (2018), menyebutkan bahwa “Minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri seseorang untuk tertarik menciptakan dan membangun suatu usaha yang kemudian mengelola, mengatur, mengambil dan menanggung risiko serta mengembangkan usaha yang diciptakannya sendiri.”

Iskandar (dalam Yulianingsih, dkk, 2013:21), menyimpulkan bahwa “Minat berwirausaha akan menjadikan seseorang lebih giat mencari dan memanfaatkan peluang usaha dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki.” Minat tidak cukup dibawa sejak lahir tetapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya. Hal ini karena minat diartikan sebagai suatu usaha dan kemauan individu untuk mempelajari dan mencari sesuatu, baik individu itu mempunyai bakat atau tidak”.

Berdasarkan pengertian tentang minat berwirausaha tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap dunia wirausaha serta memanfaatkan dan mengoptimalkan potensi yang dimiliki untuk menciptakan atau membangun suatu usaha. Minat berwirausaha muncul karena adanya pengetahuan dan informasi mengenai kewirausahaan yang kemudian dilanjutkan untuk berpartisipasi secara langsung dalam rangka mencari pengalaman dan akhirnya timbul keinginan untuk mempraktikkan pengalaman yang telah didapatkan tersebut, serta mempunyai perasaan senang dan mempunyai keinginan untuk terlibat dalam kegiatan pengambilan resiko untuk menjalankan bisnis atau usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada, dan menciptakan bisnis baru dengan pendekatan inovatif. Minat berwirausaha tidak dimiliki dengan begitu saja, melainkan dapat dipupuk dan dikembangkan.

2.1.4.2 Manfaat Minat Berwirausaha

Semakin bertambahnya jumlah penduduk suatu negara, semakin sempit pula lapangan pekerjaan, maka berwirausaha akan semakin dirasa penting manfaatnya. Menurut Rusdiana (2014:19), adapun manfaat dari wirausaha adalah sebagai berikut:

1. Untuk menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran yang semakin banyak
2. Sebagai generator pembangunan lingkungan, kesejahteraan dan sebagainya
3. Untuk menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi yang unggul yang patut dicontoh dan diteladani karena seorang wirausaha adalah orang yang terpuji, jujur, berani dan hidup tanpa merugikan orang lain

4. Menghormati hukum dan peraturan yang berlaku serta berusaha mempertahankan lingkungan
5. Memberi bantuan kepada orang lain dan membangun sosial dengan kemampuannya
6. Mendidik karyawannya menjadi orang yang mandiri, disiplin, jujur dan tekun dalam menghadapi pekerjaan
7. Memberikan contoh tentang cara bekerja keras tanpa melupakan perintah-perintah agama
8. Hidup secara efisien

2.1.4.3 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Minat berkaitan dengan perhatian dan ketertarikan akan sesuatu. Oleh karena itu minat berwirausaha merupakan suatu hal yang sangat menentukan dalam setiap usaha, maka dari itu minat perlu ditumbuhkan kembangkan sejak dini oleh semua orang khususnya para pelajar

Menurut Suryana (2006:62) faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Faktor Internal, merupakan faktor dari dalam diri individu, yaitu:
 - a. Kebutuhan berprestasi (*need for achievement*), kebutuhan berprestasi mendorong individu untuk menghasilkan yang terbaik
 - b. *Internal Locus of Control*, individu yang memiliki *Internal Locus of Control* mempercayai bahwa kegagalan dan kesuksesan yang dialami ditentukan dari usaha yang dilakukan
 - c. Kebutuhan akan kebebasan (*need for Independence*), kebutuhan kebebasan merupakan kebutuhan individu untuk mengambil keputusan sendiri, serta melakukan tindakan untuk mencapai tujuan dengan caranya sendiri
 - d. Nilai-nilai pribadi, nilai-nilai pribadi yang sering dianut berbeda dengan nilai yang dimiliki oleh orang lain. Oleh karena itu, nilai pribadi harus disampaikan sehingga tidak menimbulkan konflik yang mendasar ketika suatu hubungan sedang berjalan
 - e. Pengalaman, diartikan sebagai pengalaman kerja individu sebelum memilih untuk *terjun* dalam kewirausahaan.
2. Faktor Eksternal, merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya, yaitu:
 - a. *Role Model*. Faktor penting yang mempengaruhi individu dalam memenuhi kewirausahaan sebagai karir. Orang tua, saudara, guru, atau wirausahaan lain dapat menjadi *role model* bagi individu

- b. Dukungan keluarga dan teman. Dukungan dari orang terdekat akan mempermudah individu, sekaligus menjadi sumber kekuatan ketika menghadapi permasalahan.
- c. Pendidikan. Pendidikan formal berperan penting dalam kewirausahaan karena memberi bekal pengetahuan yang dibutuhkan dalam mengelola usaha, terutama ketika menghadapi suatu permasalahan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal timbul dari dalam diri wirausahaan itu sendiri sedangkan faktor eksternal timbul dari luar diri wirausahaan itu sendiri, misalnya dari dukungan keluarga, latar belakang pendidikan dan sebagainya.

2.1.4.4 Indikator Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha siswa dapat dilihat dari berbagai indikator. Adapun indikator untuk melihat seberapa besar minat berwirausaha yang dimiliki seseorang menurut Sutanto, dalam (Andini & Engraiani, 2019) antara lain:

1. Perasaan Senang
Seseorang yang memiliki rasa senang atau suka terhadap suatu kegiatan usaha maka ia akan berusaha mempelajari usaha dengan giat, tidak ada keterpaksaan dan selalu memiliki motivasi kuat untuk terus berwirausaha
2. Ketertarikan
Ketertarikan berhubungan dengan daya gerak yang mendorong untuk cenderung merasa tertarik untuk berwirausaha atau bisa berupa pengalaman efektif yang dirangsang oleh kegiatan berwirausaha itu sendiri. Banyak dari para wirausahaan muda tertarik untuk melakukan kegiatan usaha dikarenakan beberapa faktor diantaranya adalah pengalaman dan hobi
3. Perhatian
Perhatian merupakan konsentrasi atau aktifitas jiwa terhadap pengamatan dan pengertian. Seseorang yang memiliki minat pada kegiatan usaha tertentu akan memiliki perhatian besar terkait bidang usaha yang diminatinya, sehingga minat untuk membangun usaha sendiri juga semakin besar
4. Keterlibatan
Keterlibatan merupakan suatu usaha untuk mengerjakan kegiatan usaha dan mampu memahami hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan kewirausahaan

dan selalu afektif dan berkeinginan untuk berwirausaha serta selalu mengikuti perkembangan dalam bidang kewirausahaan

2.1.4.5 Teori yang Digunakan

1. *Theory of Planned Behavior*

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) keputusan untuk menampilkan tingkah laku tertentu adalah hasil dari proses rasional yang di arahkan pada suatu tujuan tertentu dan mengikuti urutan-urutan berfikir (Baron & Byrne, 2004). *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori perilaku yang menyatakan bahwa minat perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan dan kontrol prilaku persepsian.

a. *Attitude towards behavioural* (Sikap Berperilaku)

Sikap adalah evaluasi individu secara positif atau negatif terhadap benda, orang, institusi, kejadian, perilaku atau minat tertentu (Ajzen, 2005). Sikap merupakan suatu faktor dalam diri seseorang yang dipelajari untuk memberikan respon positif atau negatif pada penilaian terhadap sesuatu yang diberikan. Munculnya minat perilaku seseorang dipengaruhi oleh munculnya sikap awal dari orang tersebut. Menurut Assael dalam Iskandarsyah (2012) sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respon kepada obyek atau kelas obyek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun tidak suka.

b. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Norma subjektif mengacu pada tekanan sosial yang dihadapi oleh individu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Ajzen (2005) memaparkan *subjective norm* merupakan fungsi yang didasarkan oleh

belief yang disebut sebagai *normative belief*, yaitu *belief* mengenai kesetujuan dan atau ketidaksetujuan seseorang maupun kelompok yang penting bagi individu terhadap suatu perilaku. Lo Choi Tung (2011) menyatakan bahwa, norma subjektif mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan oleh individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku jika termotivasi oleh orang lain yang menyетуinya untuk melakukan perilaku tersebut.

c. *Perceived Behavioral Control* (kontrol perilaku persepsian)

Wijaya (2007), menyatakan bahwa kontrol perilaku persepsian merupakan persepsi terhadap kekuatan faktor-faktor yang mempermudah atau mempersulit. Kontrol perilaku persepsian adalah persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Lo Choi Tung (2011), mengemukakan bahwa kontrol perilaku berkaitan dengan keyakinan tentang ketersediaan dukungan dan sumber daya atau hambatan untuk melakukan suatu perilaku kewirausahaan. Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) keputusan untuk menampilkan tingkah laku tertentu adalah hasil dari proses rasional yang di arahkan pada suatu tujuan tertentu dan mengikuti urutan-urutan berfikir (Baron & Byrne, 2004). *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori perilaku yang menyatakan bahwa minat perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan dan kontrol prilaku persepsian.

2. *Theory of Acceptance Model (TAM)*

Pada penelitian ini menggunakan konsep model berketerimaan teknologi (*technology acceptance model – TAM*). *Technology acceptance model (TAM)* adalah model yang cocok digunakan untuk memprediksi keinginan individu dalam menerima teknologi yang dilandasi teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned action – TRA*). TAM menggunakan TRA sebagai dasar teoritikal adalah untuk menspesifikasi hubungan kausal antara dua kunci kepercayaan, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Menurut Yadyana dan Santika (2017) TAM adalah teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal, akan menggambarkan dan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi pengguna teknologi mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan tersebut. TAM juga merinci faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan suatu teknologi dalam sistem informasi dan dapat menggambarkan perilaku pengguna teknologi.

Putarta dan Sayekti (2016), *Technology Acceptance Model (TAM)* atau model penerimaan teknologi model TAM telah banyak digunakan untuk membantu memahami dan menjelaskan perilaku pengguna dalam suatu sistem informasi, ada beberapa penelitian yang telah digunakan untuk menguji model dan hasilnya sudah reliabel.

TAM digunakan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan terhadap penggunaan sistem informasi, serta menjelaskan juga bagaimana hubungan sebab akibat yang berhubungan dengan manfaat suatu sistem informasi, serta menjelaskan juga bagaimana hubungan sebab akibat yang berhubungan

dengan manfaat suatu sistem dan kemudahan dalam menggunakannya. Dimana menjelaskan model penerimaan teknologi dan berbagai faktor penting di dalam penggunaan TAM sebagai salah satu landasan teori dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan instagram dan sistem informasi akuntansi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2018 Dan 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

2.2 Penelitian Relevan

Penelitian relevan terkait dengan penelitian ini diantaranya adalah dorahman dan sa'odah (2019) tentang Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa pada Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Tangerang. Pada penelitian ini memberikan hasil uji hipotesis penelitian bahwa pendidikan kewirausahaan memberikan hasil positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Secara parsial pendidikan kewirasuahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha sebesar 52,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Pramiswari dan Ida (2017) tentang pengaruh *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap keputusan untuk berwirausaha dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan besarnya pengaruh antara *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap

keputusan berwirausaha sebesar 85,3% dan sisanya 14,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak *disebutkan* dalam penelitian ini.

Putri (2017) tentang Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara parsial besarnya pengaruh antara pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha sebesar 39,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Prastyowati dan Rokhmani (2021) tentang Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Literasi Ekonomi, dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara simultan pendidikan kewirausahaan, literasi ekonomi dan lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha sebesar 71,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan secara parsial pendidikan kewirausahaan menyumbangkan pengaruh terhadap minat berwirausaha sebesar 29,8%.

Listiawati dan Dyah (2020) tentang Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS. Pada penelitian ini memberikan nilai dari hasil uji parsial sebesar $t_{hitung} =$

$5,033 > t_{\text{tabel}} = 1,9855$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Suarningsih (2021) tentang pendidikan, lingkungan keluarga, dan penggunaan instagram terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara penggunaan instagram terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara parsial penggunaan instagram menyumbangkan pengaruh terhadap minat berwirausaha sebesar 44%.

2.3 Kerangka Berfikir

2.3.1 Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Minat Berwirausaha

Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat telah menyumbangkan perubahan besar bagi para penggunanya. Perubahan tersebut diantaranya adalah mudahnya mengakses berbagai informasi dari berbagai penjuru dunia serta menghubungkan antar pengguna tanpa mengenal adanya jarak dan waktu. Perkembangan teknologi informasi ini telah menghadirkan berbagai aplikasi serta media sosial, diantaranya adalah media sosial instagram. Media sosial instagram dapat dijadikan sebagai media hiburan, bertukar pesan, hingga menjadi media komersil yang cukup menjanjikan. Dengan perkembangan teknologi informasi yang telah melahirkan aplikasi media sosial instagram diharapkan mampu meningkatkan minat berwirausaha, karena dengan adanya media sosial instagram kegiatan komersil sangat mudah untuk dilakukan. Media sosial merupakan sebuah wadah yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara online tanpa dibatasi ruang dan waktu. Perkembangan teknologi yang begitu pesat sangat mudah bagi

seseorang untuk memberikan informasi ataupun menerima informasi. Keterbukaan seseorang dalam menerima perkembangan teknologi ini dapat menginfluence ataupun mempengaruhi seseorang untuk ikut dalam melakukan berbagai hal, salah satunya adalah berwirausaha. Dengan kemudahan yang diberikan serta kesuksesan para wirausahawan yang berwirausaha melalui aplikasi media sosial intagram secara langsung juga dapat menginfluence orang lain untuk ikut serta dalam kegiatan tersebut.

2.3.2 Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha

Dalam menjalankan suatu usaha, setiap transaksi dalam usaha tersebut harus memiliki catatan data yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dalam pengambilan keputusan. Data tersebut merupakan sumber informasi yang harus dimiliki setiap pelaku usaha. Salah satu penyaji informasi adalah akuntansi. Akuntansi merupakan alat untuk menginformasikan keadaan suatu usaha. Sebagai alat untuk mengolah data akuntansi dan keuangan, informasi membutuhkan suatu sistem informasi yang dapat menyampaikan informasi kepada pihak yang membutuhkan. Mahasiswa program studi pendidikan akuntansi sudah memahami pentingnya penggunaan sistem informasi untuk meningkatkan kinerja usaha dan bisnis. Semakin banyak pengetahuan tentang sistem informasi akuntansi semakin baik mahasiswa dapat menerapkan sistem informasi akuntansi. Hal ini akan meningkatkan mahasiswa dalam mengambil keputusan dalam berwirausaha.

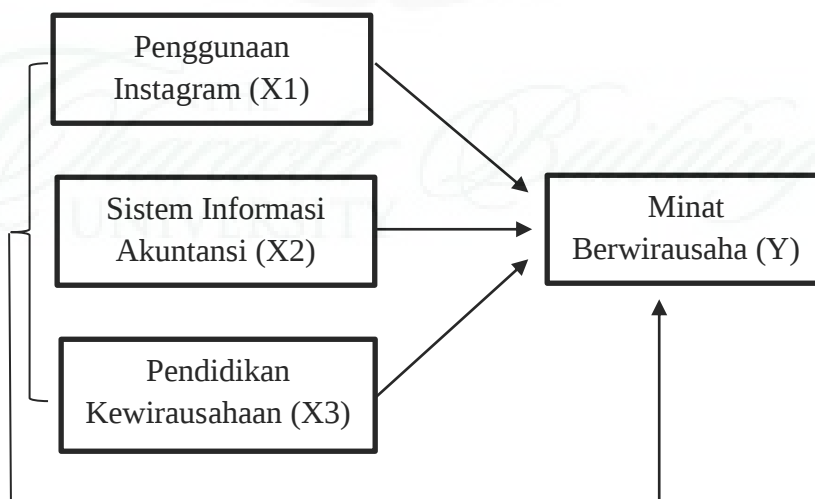
2.3.3 Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Untuk menjadi seorang wirausahawan diperlukan minat untuk profesi tersebut agar terciptanya keberhasilan seseorang untuk menjadi wirausahawan yang

profesional, berdaya saing, serta mampu menghadapi resiko di masa yang akan datang. Untuk menumbuhkan minat diperlukan adanya ketertarikan serta pengetahuan akan profesi tersebut. Dalam menumbuhkan minat berwirausaha perlu didukung dengan pendidikan kewirausahaan untuk menambah pengetahuan, wawasan serta tumbuhnya karakter terkait dengan kewirausahaan. Seseorang yang telah memperoleh pengetahuan mengenai dunia wirausaha akan lebih berminat untuk menjalankan profesi tersebut serta memiliki keyakinan bahwa profesi tersebut memiliki harapan besar untuk mencapai kesuksesan.

Penelitian mengenai pengaruh media sosial instagram dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Medan memiliki dua variabel bebas (X) atau *independent variable* dan satu variabel terikat (Y) atau *dependent variable*. Paradigma penelitian digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Skema Kerangka Berpikir



2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:159) hipotesis dimaksudkan menjadi jawaban sementara pada rumusan masalah penelitian. Berdasarkan kerangka teoritis, penelitian relevan dan kerangka berpikir yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian antara lain:

Ha 1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan instagram terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2018 dan 2019 Universitas Negeri Medan

Ha 2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sistem informasi akuntansi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2018 dan 2019 Universitas Negeri Medan

Ha 3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2018 dan 2019 Universitas Negeri Medan

Ha 4: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan instagram, sistem informasi akuntansi dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2018 dan 2019 Universitas Negeri Medan