

Pengaruh MBKM-Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Shavira Dwita Cahyani

Universitas Sebelas Maret

Korespondensi penulis: viradwita.dc@gmail.com

Cicilia Dyah S. Indrawati

Universitas Sebelas Maret

Anton Subarno

Universitas Sebelas Maret

Abstract. *The purpose of this study is to find out: (1) the effect of Independent Learning-Independent Campus program “Entrepreneurship” on entrepreneurship interest of student of Office Administration Education Sebelas Maret University, (2) the effect of using social media on entrepreneurship interest of student of Office Administration Education Sebelas Maret University, (3) the effect of Independent Learning-Independent Campus program “Entrepreneurship” and using social media on entrepreneurship interest of student of Office Administration Education Sebelas Maret University. The research method used correlational with a quantitative approach. Data collection technique carried out by using a questionnaire. Data analysis technique use multiple and basic linear regression analysis. The result showed that: (1) there is significant positive effect of Independent Learning - Independent Campus Program “Entrepreneurship” on entrepreneurial interest ($t_{count}(2,98) > t_{table}(1,99)$); (2) there is significant positive effect of using social media on entrepreneurial interest ($t_{count}(2,18) > t_{table}(1,99)$); (3) there is significant positive effect of Independent Learning - Independent Campus Program “Entrepreneurship” and using social media on entrepreneurial interest ($F_{count}(6,99) > F_{table}(3,11)$). The Regression equation obtained is $Y = 11,20 + 0,41 X_1 + 0,32 X_2$.*

Keywords : *quantitative, Independent Learning-Independent Campus Program, using of social media, entrepreneurship interest*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh program Merdeka Belajar-Kampus Merdeka “Kewirausahaan” terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret, (2) pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret, (3) pengaruh program Merdeka Belajar-Kampus Merdeka “Kewirausahaan” dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret. Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan dasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka “Kewirausahaan” terhadap minat berwirausaha ($t_{hitung}(2,98)$

$> t_{\text{tabel}} (1,99)$), (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan dari penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha ($t_{\text{hitung}} (2,18) > t_{\text{tabel}} (1,99)$), (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka "Kewirausahaan" dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha ($F_{\text{hitung}} (6,99) > F_{\text{tabel}} (3,11)$). Persamaan Regresi yang diperoleh adalah $Y = 11,20 + 0,41 X_1 + 0,32 X_2$.

Keywords : kuantitatif, Merdeka Belajar Kampus Merdeka, penggunaan media sosial, minat berwirausaha

LATAR BELAKANG

Permasalahan kependudukan di Indonesia telah menjadi masalah penting bagi pemerintah sejak lama (Sunaryanto, 2008). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat pengangguran Indonesia mencapai 5,83 persen dari total penduduk usia kerja. Menumbuhkan minat berwirausaha menjadi salah satu cara mengurangi angka pengangguran serta kemiskinan, namun masih banyak calon wirausahawan yang takut akan kegagalan dalam memulai usaha.

Salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan suatu negara terletak pada peranan Universitas dalam penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak Universitas bertanggung jawab dalam memberikan semangat serta kemampuan dalam berwirausaha dan sudah sepatutnya menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang kongkret untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan agar dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha. Program Kewirausahaan – MBKM merupakan bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang ditujukan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa mendapatkan pengetahuan serta mengembangkan diri menjadi calon wirausahawan melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan.

Setyawati dkk (2021) menyatakan bahwa terbukti program MBKM Kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Kenyataan yang terjadi di lapangan, banyak usaha mahasiswa yang berhenti setelah program MBKM Kewirausahaan selesai. Oleh karena itu peneliti ingin menguji apakah program MBKM Kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa khususnya Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret.

Selain pembelajaran kewirausahaan melalui Program KWU-MBKM, media sosial juga menjadi faktor pendukung pertumbuhan minat mahasiswa dalam berwirausaha. Era digitalisasi saat ini memungkinkan semua hal dikaitkan dengan internet. Konsumen juga mulai mengubah perilaku untuk melakukan jual beli secara *online* (Aputra, Sukmawati, & Aziz, 2022). Seorang wirausahawan harus berpikir bahwa sosial media menjadi opsi pengembangan usaha. Media sosial diartikan oleh Aditya (2015) sebagai situs yang menjadi tempat dimana orang-orang berkomunikasi dengan teman mereka, baik yang mereka kenal di dunia nyata maupun di dunia maya. Media sosial muncul dalam berbagai macam bentuk, diantaranya yaitu: *social network*, forum internet, *social blogs*, *micro blogging*, gambar, video, dan lainnya. Rahayu dan Sulistyowati (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara media sosial terhadap minat berwirausaha. Pada realita di lapangan, masih banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial hanya untuk urusan pribadi. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji apakah terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha apabila ditambahkan dengan program Kewirausahaan-MBKM.

Minat berwirausaha dalam diri manusia dapat diartikan sebagai kesadaran, perhatian, perhatian, kecenderungan serta ketersediaan pada setiap individu dan sifat keutamaan dalam usaha yang terjadi dalam bidang tertentu. Minat berwirausaha merupakan keinginan, ketertarikan, serta kesediaan dalam bekerja keras atau berkeinginan untuk berusaha secara maksimal sehingga mampu memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko yang akan datang (Kurniawan et al., 2016). Anggraeni (2015) berpendapat bahwa minat berwirausaha merupakan rasa tertarik, keinginan, dan bersedia untuk bekerja keras untuk berusaha optimal dalam memenuhi kebutuhan hidup dan berani mengambil risiko, serta memiliki kemauan keras untuk bangkit dari kegagalan. Basrowi (2014) menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha seseorang dibagi menjadi dua yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi hal-hal yang terdapat dalam diri seorang wirausahawan seperti motivasi diri, kemampuan, serta kesenangan. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri wirausahawan seperti faktor lingkungan, keluarga, dan sekolah. Selain faktor, indikator minat berwirausaha juga merupakan hal yang penting untuk mengukur apakah seseorang memiliki minat berwirausaha. Indikator minat kewirausahaan menurut Zimmer, Scarborough, dan Wilson (2014) adalah tidak

bergantung kepada orang lain, membantu lingkungan sosial, serta perasaan senang dalam menjadi seorang wirausaha. Sedangkan Sutanto (2016) berpendapat bahwa terdapat empat indikator minat berwirausaha yaitu: perasaan senang, ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan.

Program Kewirausahaan – MBKM menjadi salah satu faktor luar diri wirausahawan menurut Basrowi (2014). Program MBKM-Kewirausahaan merupakan bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang ditujukan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa mendapatkan pengetahuan serta mengembangkan diri menjadi calon wirausahawan melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Pelaksanaan MBKM-Kewirausahaan didasari dengan berbagai peraturan yang dibentuk oleh Pemerintah. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020, mengenai SNPT (Standar Nasional Pendidikan Tinggi), Pedoman Merdeka Belajar Kampus Merdeka, Dirjen Dikti, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, April 2020, Undang Undang Nomor 12 Tahun 2012 mengenai Pendidikan Tinggi (Pasal 35 ayat 1, dan Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 mengenai Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia merupakan dasar kebijakan dalam pelaksanaan MBKM-Kewirausahaan. Keberjalanan program kewirausahaan – MBKM dapat dilihat dari berbagai indikator. Widjatmaka (2022) menjelaskan terdapat 7 indikator MBKM-Kewirausahaan berdasarkan buku pedoman Merdeka Belajar Kampus Merdeka, indikator program Kewirausahaan – MBKM sebagai berikut: 1) Pembelajaran student centered learning (SCL), 2) Program kewirausahaan disusun pada tingkat perguruan tinggi (PNJ), 3) Program kewirausahaan bisa berupa kombinasi beberapa mata kuliah program studi di dalam perguruan tinggi maupun di luar perguruan tinggi, 4) Rubrik asesmen atau ukuran penilaian keberhasilan capaian pembelajaran, 5) Memiliki pusat inkubasi bisnis, 6) Bekerjasama dengan industry mitra, dan 7) Pendampingan oleh dosen dan praktisi wirausaha.

Selain MBKM-Kewirausahaan, penggunaan media sosial juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Menurut Fauzi (2016) penggunaan media sosial adalah sebuah kelebihan dalam menciptakan *personal branding* media sosial sehingga dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, hingga mendapat popularitas di media sosial. Menurut Antony Mayfield (2008) terdapat lima indikator

penggunaan sosial yakni partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, saling terhubung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) adakah pengaruh penerapan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka “Kewirausahaan” terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret, 2) adakah pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret., dan 3) adakah pengaruh penerapan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka “Kewirausahaan” dan penggunaan media sosial secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret secara bersama-sama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di program studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret. Penelitian dilaksanakan selama 11 bulan dimulai pada bulan Agustus 2022 sampai dengan bulan Juni tahun 2023. Kegiatan ini dimulai dari tahap penyusunan proposal hingga penyusunan skripsi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasional dengan pendekatan kuantitatif karena pendekatan penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak mengetahui adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yakni Program MBKM-Kewirausahaan (X_1) dan penggunaan media sosial (X_2), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yakni minat berwirausaha mahasiswa PAP FKIP UNS (Y). Pengumpulan data pada metode ini menggunakan instrumen penelitian.

Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS angkatan tahun 2019, sejumlah 80 mahasiswa. Berdasarkan pendapat Arikunto (2010), apabila dalam populasi kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah keseluruhan populasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini mengambil seluruh populasi untuk dijadikan sampel karena jumlah populasi kurang dari 100. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni sampel jenuh dengan teknik *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yakni teknik angket atau kuesioner.

Teknik validasi instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Adapun uji prasyarat analisis terdiri dari uji normalitas, linearitas, dan multikolinearitas sebagai pembuktian bahwa data memenuhi prasyarat untuk mampu dianalisis. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji t, uji F, regresi linear berganda, dan uji determinasi. Seluruh tahap pengolahan dan analisis data dilakukan dengan program IBM SPSS statistik 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Berdasarkan hasil deskripsi data variabel minat berwirausaha dari 80 responden, diketahui bahwa memiliki nilai minimal 24, sedangkan nilai maksimal 40. Jumlah dari hasil seluruh data dari variabel minat berwirausaha sebesar 2544, dengan rata-rata 31,55 dan standar deviasi 3,68. Untuk hasil deskripsi data variabel MBKM-Kewirausahaan, diketahui bahwa memiliki nilai minimal 24, sedangkan nilai maksimal 36. Jumlah dari hasil seluruh data dari variabel minat berwirausaha sebesar 2323, dengan rata-rata 29,04 dan standar deviasi 2,77. Terakhir ialah hasil deskripsi data dari variabel penggunaan media sosial. Diketahui bahwa memiliki nilai minimal 24, sedangkan nilai maksimal 36. Jumlah dari hasil seluruh data dari variabel minat berwirausaha sebesar 2086, dengan rata-rata 26,08 dan standar deviasi 2,62.

Uji prasyarat terdiri dari uji normalitas, linearitas, dan multikolinearitas. Uji normalitas menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan hasil uji normalitas residual, diketahui bahwa data variabel X_1 , X_2 , dan Y berdistribusi normal dengan hasil signifikansi $0,06 > 0,05$. Uji linearitas dilakukan dengan rumus *test for linearity* taraf signifikansi 0,05. Adapun hasil uji linearitas variabel X_1 terhadap Y terdapat hubungan yang linear dengan hasil signifikansi sebesar 0,19. Hasil uji linearitas variabel X_2 terhadap Y juga memiliki hubungan yang linear dengan hasil signifikansi 0,76. Uji multikolinearitas antara kedua variabel X memiliki nilai *tolerance* 0,99 sehingga tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji hipotesis menggunakan uji t, uji F, regresi linear berganda, dan koefisien determinasi. Uji t digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara parsial terhadap Y . Hasil uji t tabel memperoleh nilai sebesar 1,99. Berdasarkan hasil uji t menggunakan SPSS menghasilkan nilai t hitung untuk MBKM-Kewirausahaan

sebesar 2,98, sedangkan untuk penggunaan media sosial menghasilkan nilai 2,18. Berikut merupakan hasil dari uji t:

Tabel 1. Hasil uji t

Model	Koefisien	Nilai t	Signifikansi
Konstanta	11,20	2,02	0,04
MBKM-Kewirausahaan	0,41	2,98	0,00
Penggunaan Media Sosial	0,32	2,18	0,03

Uji hipotesis variabel MBKM-Kewirausahaan terhadap variabel minat berwirausaha menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,98 > 1,99$ dengan nilai probabilitas $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel MBKM-Kewirausahaan X_1 terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Uji hipotesis variabel penggunaan media sosial terhadap variabel minat berwirausaha menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,18 > 1,99$ dengan nilai probabilitas $0,03 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel minat berwirausaha (Y).

Pengujian hipotesis menggunakan uji F ditujukan agar mengetahui pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y secara simultan. Hasil F_{tabel} yang telah dihitung pada penelitian ini yakni sebesar 3,11 sedangkan berdasarkan penghitungan dengan SPSS diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 6,99. Dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 6,99 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,11 sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara MBKM-Kewirausahaan (X_1) dan Penggunaan Media Sosial (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memahami pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y. Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa hasil uji regresi linear berganda memperoleh persamaan $Y = 11,20 + 0,41 X_1 + 0,32 X_2$. Persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila variabel MBKM-Kewirausahaan dan penggunaan media sosial sama dengan nol, maka variabel minat berwirausaha sebesar 11,20. Apabila terdapat kenaikan satuan pada variabel MBKM-Kewirausahaan, variabel minat berwirausaha meningkat sebanyak 0,41. Apabila terjadi kenaikan satuan pada

variabel penggunaan media sosial, maka variabel minat berwirausaha meningkat sebesar 0,32.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa pada hasil uji hipotesis pertama yang dilakukan membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maksudnya bahwa setiap terjadi peningkatan pada MBKM-Kewirausahaan, maka akan meningkatkan pula minat berwirausaha pada mahasiswa. Diperoleh hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,98 > 1,99$ dengan nilai probabilitas $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel MBKM-Kewirausahaan (X_1) terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Sejalan dengan hasil penelitian Setyawati, dkk. (2021) yang menyatakan bahwa terbukti program MBKM Kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

Pada hasil hipotesis kedua yakni diduga terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Pengujian pada variabel penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha berpengaruh positif yang artinya terdapat hubungan yang positif antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Maksudnya bahwa setiap terjadi peningkatan pada penggunaan media sosial, maka akan meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Setelah pengujian, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,18 > 1,99$ dengan nilai probabilitas $0,03 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel penggunaan media sosial (X_2) terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rahayu dan Sulistyowati (2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara media sosial terhadap minat berwirausaha.

Hipotesis ketiga yakni diduga bahwa MBKM-Kewirausahaan dan penggunaan media sosial secara simultan mempengaruhi minat berwirausaha. Hal ini telah diuji menggunakan uji F, dan diperoleh hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 6,99 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,11, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara MBKM-Kewirausahaan (X_1) dan Penggunaan Media Sosial (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hasil dari persamaan regresi linear berganda yang didapatkan ialah $Y = 11,20 + 0,41 X_1 + 0,32 X_2$, menunjukkan bahwa koefisien MBKM Kewirausahaan sebesar 0,32 dan koefisien penggunaan media sosial sebesar 0,32. Koefisien MBKM-Kewirausahaan

bernilai positif yang berarti setiap terjadi peningkatan pada MBKM-Kewirausahaan, maka akan meningkatkan pula minat berwirausaha pada mahasiswa. Nilai koefisien penggunaan media sosial bernilai positif yang berarti setiap terjadi peningkatan pada penggunaan media sosial akan meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa pula. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Angka R kuadrat disesuaikan bernilai sebesar 0,15 yang artinya nilai R^2 mendekati 0. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Belum ada penelitian terdahulu yang meneliti mengenai pengaruh MBKM-Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial secara simultan terhadap Minat Berwirausaha. Namun berdasarkan penelitian dari Setyawati, dkk. (2021) ditemukan bahwa terbukti program MBKM-Kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, serta penelitian dari Rahayu dan Sulistyowati (2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara media sosial terhadap minat berwirausaha. Dengan adanya penelitian ini, mampu mendukung teori dari Baskara dan Has (2018) yang mengungkapkan bahwa terdapat dua faktor pendorong dalam minat berwirausaha, yang pertama ialah faktor personal seperti memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap bisnis, faktor usia, tidak adanya pendapatan dan rasa tidak puas terhadap pekerjaan yang dijalani. Faktor kedua ialah faktor lingkungan seperti pemberian pendidikan kewirausahaan juga membantu individu dalam menumbuhkan minat wirausaha. Artinya ialah penggunaan media sosial serta MBKM-Kewirausahaan termasuk dalam faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil pada pemaparan hasil dan pembahasan di atas yakni terdapat pengaruh positif yang signifikan MBKM-Kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa PAP UNS. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung $>$ ttabel yakni $2,98 > 1,99$ dengan nilai probabilitas $0,00 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kedua, terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t thitung $>$ ttabel yakni $2,18 > 1,99$ dengan nilai probabilitas $0,03 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Ketiga, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan MBKM-Kewirausahaan dan penggunaan media sosial

secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha mahasiswa PAP UNS. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Fhitung sebesar 6,99 sedangkan nilai Ftabel sebesar 3,11, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dari kesimpulan di atas, saran yang diberikan peneliti kepada Universitas yakni sebaiknya universitas tetap mempertahankan serta meningkatkan kualitas dan kuantitas MBKM-Kewirausahaan, serta hendaknya mampu memberikan wadah bagi mahasiswa menerima informasi lebih rinci mengenai MBKM-Kewirausahaan. Saran yang dapat peneliti berikan kepada dosen penanggung jawab MBKM-Kewirausahaan yakni hendaknya ikut mendorong minat berwirausaha mahasiswa dengan memberi penguatan dan pemahaman jika program MBKM-Kewirausahaan dilakukan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan nilai namun juga memberikan wawasan terkait pengelolaan sebuah usaha. Untuk mahasiswa hendaknya mampu menanamkan sikap optimis dan percaya diri ketika berwirausaha saat program MBKM-Kewirausahaan berjalan. Sebaiknya mahasiswa juga lebih menggunakan media sosial untuk menambah pengetahuan mengenai pemasaran online. Kepada peneliti selanjutnya, sebaiknya mampu mengungkap variabel serta faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian untuk menciptakan penelitian yang lebih sempurna dan lebih baik lagi. Peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penambahan teori yang digunakan sebagai landasan teori guna pengujian hipotesis.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik. Keterbatasan tersebut yang pertama terkait ruang lingkup dalam penelitian ini, ruang lingkup pada penelitian ini hanya mencakup satu program studi yang tidak terlalu besar dan luas sehingga hasil penelitian sulit untuk digeneralisasikan kepada populasi yang lebih besar. Selain itu dalam proses pengambilan data, jawaban yang diberikan responden terkadang tidak menunjukkan keadaan responden sebenarnya akibat adanya perbedaan pemikiran serta anggapan yang berbeda tiap responden.

DAFTAR REFERENSI

- Aditya, R. (2015). Pengaruh media sosial instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 2(2), 1-14.
- Antony, M. (2008). *What is sosial media?*. iCrossing.
- Aputra, A., Sukmawati, S., & Aziz, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*. 9(1), 106-125.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Keadaan ketenagakerjaan indonesia february 2022*. Badan Pusat Statistik.
- Basrowi. (2014). *Kewirausahaan: untuk perguruan tinggi*. Ghalia Indonesia.
- Fauzi, V. P. (2016). Pemanfaatan instagram sebagai sosial media marketing e-corner boutique dalam membangun brand awareness di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 3(1), 1-15.
- Kurniawan, A., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Pengaruh lingkungan keluarga, motivasi, dan kepribadian terhadap minat wirausaha melalui self efficacy. *Journal of Economic Education*, 5(1), 100-109.
- Rahayu, E. P., & Sulistyowati, S. N. (2022). Pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis*, 7(1), 12. <https://doi.org/10.32493/pekobis.v7i1.P12-23.20905>.
- Setyawati, Y., Sugiharto, F. B., Rosyanafi, R. J., Cahyanto, B., Rini, A., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh MBKM kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Motoric Media of Teaching-Oriented and Children*, 5(2), 311-318.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunaryanto, H. (2012.). Analisis fertilitas penduduk: Provinsi Bengkulu. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 3(1).
- Sutanto, A. (2002). *Kewiraswastaan*. Ghalia Indonesia.
- Zimmerer, T. W., Scarborough., & Wilson, D. (2008). *Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil*. Salemba Empat.