BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia saat ini masih dikatakan negara berkembang dan belum dikatakan negara maju.beberapa hal atau faktor yang menyebabkan yaitu angkaa penggunguran yang tinggi, tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi ,pendidikan berkualitas yang belum merata, minimya lapangan pekerjaan dan lain lain. Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang menganggur, maka semakin disarankan pentingnya dunia wirausaha. Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh wirausahaan yang dapat membuka lapangan kerja karena kemampuan pemerintah yang terbatas (Fanny paramitasari, 2016).

Memasuki era revolusi 4.0 tantangan mencari pekerjaan di kalangan anak remaja semakin ketat dan jumlah penawaran kerja tidak sebanding dengan lapangan pekerjaan. pemerintah masih menghadapi persoalan tingginya angka pengganguran. kondisi tersebut sangat mengkhawatirkan menginggat persaingan untuk mendapatkan pekerjaan semakin ketat karena harus beradu kompetensi dan keahlian tertentu.semakin tinggi persaingan dalam mencari pekerjaan di era revolusi membuat siswa di tuntut untuk menjadi lebih kreatif dalam minat berwirausaha. Jumlah pengangguran yang semakin meningkat tidak di ikuti dengan luasnya kesempatan untuk bekerja .membuka lapangan pekerjaan menjadi solusi terbaik dari ketatnya persangaian mencari pekerjaan.faktor faktor yang

mendorong minat berwirausaha antara lain penggunaan media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan berwirausaha.

Jumlah pengangguran di Rokan Hulu masih tinggi, itu membuat keprihatinan tersendiri bagi warga rokan hulu. Kemajuan kota yang pesat tidak diimbangi dengan penyediaan lapangan kerja yang cukup. Pengangguran dan kemiskinan masih menjadi permasalahan di Rokan Hulu. Berdasarkan data yang dirilis Badan Pusat Statistika (BPS) Rokan Hulu, angka pengangguran di rokan hulu pada tahun 2017 sampai 2020 mencapai 20,7 orang. Hal ini diakui oleh Kepala Dinas Tenaga Kerja (Disnakes). Menurut Saiman (2009) Pengangguran dan kemiskinan terjadi karena perbandingan antara jumlah penawaran kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan atau penawaran tenaga kerja baru di segala level pendidikan. Namun, jumlah pengangguran dan kemiskinan sebenarnya dapat diperkecil dengan keberanian membuka usaha-usaha baru atau berwirausaha. Sehingga dengan berwirausaha merupakan salah satu cara pembangunan perekonomian negara Indonesia agar lebih baik dan maju. Pembangunan perekonomian akan lebih berhasil jika ditunjang oleh wirausahawan yang dapat membuka lapangan kerja karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena sangat banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia dan pengawasan. Oleh karena itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Fakta tingginya pengangguran disebabkan oleh rendahnya minat berwirausahaan siswa, untuk menciptakan lapangan kerja (Harsono & Budiyanto, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Sugiono & Isololipu (Marini & Hamidah, 2014) menyebutkan bahwa penyebab siswa SMA tidak mau membuka usaha sendiri ketika lulus sekolah yaitu terdapat pandangan bahwa menjadi pegawai lebih bergengsi daripada pencipta lapangan kerja, tidak mempertimbangkan wirausaha sebagai sebuah karir yang menjanjikan, tidak memiliki modal, tidak memiliki keberanian mengambil resiko, dan alasan seseorang tidak membuka usaha sendiri karena tidak adanya minat. Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh Rozi, (2019) faktor-faktor penyebab kurangnya minat berwirausaha diantaranya faktor modal, pengalaman yang kurang, takut mengambil resiko untuk memulainya, keadaan ekonomi keluarga, lingkungan tempat bekerja, dan perhatian condong ke bekerja yaitu menjadi karyawan.

Selain itu juga data Badan Pusat Statistik di Indonesia pada bulan Agustus tahun 2019 jumlah warga yang memiliki usaha sendiri sebanyak 20,22% dan yang memiliki usaha dibantu buruh tidak tetap sebanyak 14,55%. Sekolah Menengah Atas (SMA) merupakan salah satu lembaga pendidikan. Sekolah Menengah Atas (SMA) ini mempunyai peluang yang cukup besar dalam membangun sistem perekonomian dengan mendidik siswa agar berminat menjadi wirausaha. Namun, permasalahan yang masih terjadi di SMA adalah lemahnya jiwa wirausaha siswa, untuk itu diperlukan usaha-usaha nyata dalam rangka menumbuhkan jiwa wirausaha siswa (Kuat, 2016). Dalam proses ini dapat dilakukan melalui pendidikan kerirausahaan atau mata pelajaran kewirausahaan.Pendidikan kewirausahaan mengarahkan dan membekali peserta

didik untuk bisa cepat dalam merespon perubahan dan memahami kebutuhan sosial ekonomi masyarakat (Rohmah, Nurjanah, & Hayati, 2017).

Rendahnya minat siswa untuk berwirausah juga dikarenakan pola pikir mereka mengenai dunia wirausaha, menurut mereka terjun ke dunia bisnis bukanlah pilihan karir yang tepat. Mereka berfikir bahwa untuk berwirausaha mereka akan dihadapkan pada situasi yang tidak pasti, dibutuhkan modal yang besar, penuh dengan tantangan, penghasilan yang tidak tetap akan banyak resiko sehingga mereka takut gagal. Minat merupakan suatu kecenderungan seseorang yang menyatakan suka atau tidak suka terhadap suatu hal, menimbulkan keinginan dan tertarik untuk mempelajari hal tersebut dan membantunya mencapai keinginan itu (Sami'an & Premana, 2014). Namun untuk menjadi seorang wirausaha harus memiliki minat dalam diri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Iswahyudi & Iqbal (2018) minat untuk berwirausaha muncul ketika mendapatkan pendidikan dan mereka mempunyai keinginan *(desirability)* serta mampu mengelola *(feasibility)* kemampuan tersebut dengan baik. Sebuah minat bisa muncul karena memiliki ketertarikan, rasa kagum melihat orang lain yang sukses karena berwirausaha, adanya motivasi, mempunyai perasaan senang dan mempunyai keinginan untuk terlibat dalam pengambilan resiko. Namun minat berwirausaha juga tidak bisa muncul secara instant tetapi memerlukan sebuah proses dan tahapan sesuai dengan kepribadian masing-masing individu. Menurut Yadewani & Wijaya (2017) Minat berwirausaha merupakan sebuah keinginan,ketertarikan serta kesediaan individu melalui ide-ide yang dimiliki

untuk mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha.

Minat untuk menjadi seorang wirausaha bagi anak sma masih terbilang kurang karena jiwa kemandirian untuk berbisnis dalam diri anak sms belum maksimal mereka menganggap setelah lulus sekolah akan mencari pekerjaan bukan untuk membuka lapangan pekerjaan. Dikalangan anak muda terutama siswa atau para wirausaha sekarang ini banyak sekali yang melakukan penggunaan media sosial untuk memasarkan produknya. Media sosial tersebut seperti *instagram, facebook, whatsapp, youtube*. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Wearesosial pada bulan januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi (*We Are Social*, 2019). Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya, sementara pengguna media sosial *mobile* (gadget) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi. Adanya kemajuan teknologi yang sangat pesat ini menjadikan minat siswa atau para wirausaha untuk memasarkan produknya lebih luas lagi. Hal tersebut menjadikan motivasi besar untuk para wirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain sehingga bisa mengurangi angka pengangguran yang ada di Indonesia. Menurut Djamarah (Suranto, 2015) motivasi merupakan gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan tindakan dengan tujuan tertentu. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai serangkaian usaha untuk menyediakan kondisi tertentu, sehingga siswa mau dan ingin melakukannya (Wahyudi & Prasiwi, 2017).

Motivasi dapat dirangsang dari luar dengan memberikan stimulus yang tepat dengan menggerakkan agar siswa menjaga harga diri atau ego (Suwandi, 2012).

Media sosial memberikan terobosan untuk merubah pola fikir di lingkungan anak sma, bisa memperkecil resiko untuk gagal dan mempermudah untuk memasarkan produk lebih kuas tanpa biaya yang sangat tinggi.untuk memjadi wirausaha yang sukses anak sma harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk berkomunikasi dengan hal yang lainya untuk menggunakan internet. Dalam membangun suatu minat berwirausaha perlu adanya motivasi yang tinggi,agar memiliki semangat saat memulai usaha yang sedang di rintis.tidak dengan media sosial saja yang mempengaruhi terhadap minat berwirausa anak sma Motovasi instrinsik juga bisa mempengaruhi minat berwirausaha.motivasi sebagai salah satu faktor penting yang dapat mendorong keberanian anak sma untuk berwirausaha sangat perlu di butuhkan dalam diri anak SMA.

Menurut Djamarah (Suranto, 2015) motivasi merupakan gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan tindakan dengan tujuan tertentu. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai serangkaian usaha untuk menyediakan kondisi tertentu, sehingga siswa mau dan ingin melakukannya (Wahyudi & Prasiwi, 2017). Motivasi dapat dirangsang dari luar dengan memberikan stimulus yang tepat dengan menggerakkan agar siswa menjaga harga diri atau ego (Suwandi, 2012). Motivasi yang dimaksud adalah motivasi intrinsik anak remaja,yaitu motivasi yang timbul dalam diri sendiri. Apabila tidak ada motivasi dalam diri seorang siswa untuk membangun minat berwirausaha maka keberhasilan wirausaha dalam

menyelesaikan tugasnya akan terhambat karena kurangnya motivasi intrinsik semangat siswa (siswa sma)

Selain motivasi intrinsik, pengetahuan kewirausahaan menjadi faktor lain yang dapat menumbuhkan minat dalam seorang siswa dalam berwirausaha. Untuk menjadi wirausaha yang sukses di perlukan perencanaan bisnis yang matang dan berani dalam mengambil resiko yang akan terjadi dalam menjalankan bisnis tersebut. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha secara persial dan pengetahuan berpengaruh signifikasi terhadap minat berwirausaha.

Soemanto (2002:78), menyatakan bahwa: satu-satunya perjuangan atau cara untuk mewujudkan manusia yang mempunyai moral, sikap, dan keterampilan wirausaha adalah dengan pendidikan. Pendidikan atau belajar akan menumbuhkan minat untuk berperilaku seperti apa yang dipelajari. Siswa yang prestasi kewirausahaannya tinggi akan lebih berminat untuk melakukan wirausaha, namun kondisi pada saat ini presentase tingkat pengangguran terbuka dikalangan siswa lulusan SMA menunjukan angka yang tinggi, tidak tanggung-tanggung, jumlahnya mencapai 10 persen dari 7,01 juta orang berstatus pengangguran, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) per Februari 2017. Hal ini terjadi dikarenakan siswa lulusan SMA kemampuan untuk langsung bekerja sangat minim berarti belum mampu memenuhi tuntutan dunia kerja. Beberapa hasil penelitian/ pengamatan diperoleh sebagai berikut: pola pendidikan belum bereferensi langsung pada kompetensi yang dibutuhkan di dunia usaha atau dunia industri (kurikulum belum sinkron dengan dunia usaha/dunia industri), waktu

belajar masih 90% dan waktu praktik bekerja 10%(untuk kompetensi seharusnya 30% belajar dan 70% praktek)**.**

Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir akan semakin terbuka wawasannya tentang kewirausahaan. Sekolah idealnya dapat membantu pembentukan minat siswa berwirausaha. Namun, masih banyak SMA Negeri 3Model Rambah Hilir hanya menitik beratkan pembelajaran pada aspek pengetahuan saja dan belum mampu mengkondisikan lingkungan sekolah yang dapat menumbuhkan minat siswa berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu faktor pemicu minat berwirausaha. Seseorang yang telah memeroleh pelatihan, seminar, kursus kewirausahaan akan tertarik untuk berwirausaha. Pelajaran ini mencakup teori dan praktik kewirausahaan. Materi pembelajaran kewirausahaan yang di dalamnya berisi tentang hal-hal yang berkaitan dengan kewirausahaan, yaitu langkah-langkah berwirausaha, bagaimana seseorang melakukan usaha ekonomi, dan sebagainya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Iswahyudi & Iqbal (2018) minat untuk berwirausaha muncul ketika mendapatkan pendidikan dan mereka mempunyai keinginan *(desirability)* serta mampu mengelola *(feasibility)* kemampuan tersebut dengan baik. Sebuah minat bisa muncul karena memiliki ketertarikan, rasa kagum melihat orang lain yang sukses karena berwirausaha, adanya motivasi, mempunyai perasaan senang dan mempunyai keinginan untuk terlibat dalam pengambilan resiko. Namun minat berwirausaha juga tidak bisa muncul secara instant tetapi memerlukan sebuah proses dan tahapan sesuai dengan kepribadian masing-masing individu. Menurut Yadewani & Wijaya

(2017) Minat berwirausaha merupakan sebuah keinginan, ketertarikan serta kesediaan individu melalui ide-ide yang dimiliki untuk mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha.Dikalangan anak muda terutama siswa atau para wirausaha sekarang ini banyak sekali yang melakukan penggunaan media sosial untuk memasarkan produknya. Media sosial tersebut seperti *instagram, facebook, whatsapp, youtube*. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Wearesosial pada bulan januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi (*We Are Social*, 2019). Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya, sementara pengguna media sosial *mobile* (gadget) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi. Adanya kemajuan teknologi yang sangat pesat ini menjadikan minat siswa atau para wirausaha untuk memasarkan produknya lebih luas lagi. Hal tersebut menjadikan motivasi besar untuk para wirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain sehingga bisa mengurangi angka pengangguran yang ada di Indonesia. Menurut Djamarah (Suranto, 2015) motivasi merupakan gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan tindakan dengan tujuan tertentu. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai serangkaian usaha untuk menyediakan kondisi tertentu, sehingga siswa mau dan ingin melakukannya (Wahyudi & Prasiwi, 2017). Motivasi dapat dirangsang dari luar dengan memberikan stimulus yang tepat dengan menggerakkan agar siswa menjaga harga diri atau ego (Suwandi, 2012).

Dan mengapa peneliti memilih lokasi di SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir karna peneliti berasal dari wilayah atau daerah tersebut dan cukup

mengetahui kondisi perkembangan pendidikan di wilayah yang menjadi tujuan penelitian. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **"ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL,MOTIVASI INTRINSIK DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN SISWA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA SMA (STUDI KASUS PADA SISWA SMA NEGERI 3 MODEL RAMBAH HILIR)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, secara spesifik maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah penggunaan Media Sosial berpengaruh pada minat berwirausahasiswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir?
2. Apakah Motivasi Intrinsik berpengaruh pada minat berwirausaha siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir?
3. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh pada minat berwirausahasiswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir?
4. Apakah penggunaan Media Soial, Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh pada minat berwirausahasiswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap minat berwirausaha siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir
2. Untuk menganalisis Pengaruh Motivasi Intrinsik terhadap minat berwirausaha siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir
3. Untuk menganalisis pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap minat Berwirausaha siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir
4. Untuk menganalisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, motivasi Intrinsik dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapakan mampu memberikan kontribusi secara teoritis sebagai bahan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait peengaruhmedia sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

2. Manfaat praktis

a) Bagi peneliti dapat menambah pengetahuan sebagai hasil pengamatan langsung serta dapat memahami penerapan disiplin ilmu yang di peroleh selama studi di perguruan tinggi
b) Bagi desa penelitian ini dapat diharapkan memberi informasi yang bermanfaat untuk mengambil kebijakan dalam peningkatan minat berwirausaha siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir
c) Bagi anak remaja dapat di gunakan sebagai motivasi dan sebagai bahan pertimbangan serta menambah pemahaman akan pentingnya aspek wirausaha sebagai arah masa depan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan didalam penyusunan skripsi ini maka penulis menyusun kedalam kelima BAB, yaitu urutan sebagi berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang,rumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penelitian

BAB II :LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Berisikan konsep teoritis, hipotesis suatu dugaan sementara serta kerangka konseptual

BAB III :METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang ruang lingkup, populasi dan sampel ,jenis dan sumber data, teknik pengambilan data, defenisi operasional, intrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Didalam bab ini data atau informasi hasil penelitian diolah,dianalisis,ditafsir,dikaitkan dengan kerangka teoritik dalam bab II sehingga dapat menjawab permasalahan dan tujuan yang telah dikemukakan dahulu

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI,KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Minat Berwirausaha

2.1.1.1 Pengertian Minat

Minat merupakan salah satu unsur penting yang ikut menentukan dalam menjalankan suatu pekerjaan disamping bakat dan kecerdasan. Kelancaran dan keberhasilan orang dalam menjalankan pekerjaan makin besar peluangnya jika orang tersebut mempunyai minat akan pekerjaan yang dilakukannya. Menurut Slameto (Fanny Paramitasari, 2016) menyatakan bahwa "Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan". Kegiatan yang diminati siswa diperhatikan terus-menerus yang disertai rasa senang dan diperoleh rasa kepuasan. Menurut Crow & Crow (Fanny Paramitasari, 2016*)* Minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. menurut Khairani (Fanny Paramitasi, 2016) menyatakan bahwa "Minat merupakan berbeda dengan bakat, minat timbul bersumber dari pengenalan dengan lingkungan atau hasil berintraksi dan belajar dengan lingkungannya".Dalam diri manusia terdapat dorongan-dorong (motif-motif) yang mendorong manusia untuk berinteraksi dengan dunia luar. Dan apa yang sudah menjadi minat seseorang mendorongnya untuk berbuat lebih giat dan lebih baik.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat diambil pengertian bahwa minat adalah suatu perasaan suka atau tertarik yang mendorong seseorang untuk mempelajarinya atau berkeinginan untuk terlibat dalam suatu objek tertentu disertai dengan tujuan yang ingin dicapai tanpa adanya suatu paksaan.

2.1.1.2 Pengertian Wirausaha

Seorang wirausaha adalah seseorang yang dapat menciptakan sesuatu hal dan mengolah bahan baku baru. Sejalan dengan pendapat Joseph Schumpeter (Buchari Alma, 2013, Fanny Paramitasari, 2016 *)*"*Entrepreneur as the person who destroys the existing economic order by introducing new products and services, by creating new forms of organization, or by exploiting new raw material".* Artinya Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Menurut Marzuki Usman (Suryana, *2014* Fanny Paramitasari, 2016*)* wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan dan mengombinasikan sumber daya, seperti keuangan, bahan mentah, tenaga kerja, keterampilan, dan informasi. Menurut Suryana *(2013* Fanny Paramitasari, 2016 *)* "Menjelaskan kewirausaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai,kemampuan ,dan prilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluag dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapi. ".

Seorang wirausaha dalam menangani usahanya harus berani mengambil resiko dan memanfaatkan peluang yang ada. Menurut Machfoedz (Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, 2013) menyatakan bahwa wirausaha adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyusun, mengelola, dan mengukur resiko suatu usaha. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diambil pengertian bahwa wirausaha adalah orang yang mampu menganalisis keadaan dan melihat adanya suatu peluang yang di ikuti dengan memulai sesuatu bisnis baru.

2.1.1.3 Pengertian Minat Berwirausaha

Mutmainnah 2014 (Tio Prasetio 2020) menyatakan ”Minat berwirausaha merupakan dorongan dan keinginan untuk berusaha atau menjalankan suatu bisnis”. Minat berwirausaha muncul karna didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha yang diadakan dari lingkungan, kemudian dilanjutkan pada suatu kegiatan partisipasi untuk memperoleh pengalaman, dimana akhirnya muncul keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut. Menurut Rahayu dan Laela (2018) minat menjadi wirausaha didefenisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri atau menjalankan usahanya sendiri. Minat berwirausaha adalah keinginan ketertarikan,serta kesediaan untuk bekerja atau berkemauna untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko yang akan dihadapi, belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya.Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja kerasdan untuk mencapai kemajuan usahanya, kesedian menanggung macam macam resiko berkaitan tindakan yang dilakukan.

Berdasarkan pengertian tentang minat dan wirausaha di atas dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha merupakan kecenderungan hati dari dalam diri individu yang mempunyai keberanian dan keinginan menciptakan suatu bidang usaha melalui ide-ide kreatif, inovatif kemudian merencanakan, mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya untuk mencapai tujuan, serta dapat melihat peluang yang ada dan mampu mengelolanya dengan cara bekerja keras, semangat yang tinggi karena minat wirausaha harus melihat ke depan dalam potensi mendirikan usaha. Minat berwirausaha tidak dimiliki dengan begitu saja, melainkan dapat dikembangkan.

2.1.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor-faktor. Menurut Buchari Alma 2013 (Fanny Paramitasari, 2016) "Dorongan membentuk wirausaha juga datang dari teman sepergaulan, lingkungan *family*, sahabat dimana mereka dapat berdiskusi tentang ide wirausaha masalah yang dihadapi dan cara-cara mengatasi masalahnya". Menurut Basrowi (2014: 64-66) faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1) Faktor Internal: Faktor internal yaitu segenap pikiran emosi dan persoalan dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi minat sehingga tidak dapat dipusatkan.

a) Motivasi

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan

dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku ke arah pencapaian suatu tujuan tertentu.

b) Faktor Kemampuan

Kemampuan adalah suatu kecakapan seseorang dalam bidang tertentu, yang dapat diperoleh dari hasil belajar, melalui pendidikan formal maupun pendidikan non formal, dengan adanya kemampuan dalam berwirausaha tentu akan menimbulkan minat berwirausaha.

c) Perasaan Senang

Perasaan erat hubungannya dengan pribadi seseorang maka tanggapan perasaan seseorang terhadap sesuatu hal tidaklah sama antara orang yang satu dengan orang yang lain. Perasaan senang terhadap bidang wirausaha akan menimbulkan minat berwirausaha.

2) Faktor Eksternal: Faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar diri seseorang yang dapat mempengaruhi minatnya.

a) Faktor Keluarga

Keluarga mempunyai peran penting dalam mempersiapkan anak untuk mencapai masa depan yang baik bagi diri sendiri, keluarga, dan masyarakat, dengan adanya dorongan dari orang tua dan keluarganya dapat mempengaruhi seseorang dalam memupuk minat berwirausaha.

b) Faktor Lingkungan Masyarakat

Faktor lingkungan yang mempengaruhi minat berwirausaha seperti lingkungan masyarakat serta nilai-nilai yang tumbuh dalam masyaratak tersebut, pergaulan dengan teman sebaya, surat kabar, televisi, dan lain-lain.

c) Faktor Lingkungan Sekolah

Sekolah merupakan lingkungan yang sangat potensial untuk mendorong peserta didik dalam perkembangan minat, misalnya di lingkungan sekolah ikut dalam mengelola *Business Center*. sehingga siswa yang memiliki karakter berwirausaha, *passion*, dan pengalaman dapat membangun sistem usaha mandiri.

2.1.1.5 Indikator Minat

Adapun cara untuk mengukur minat berwirausaha menurut Yuhendri (2015) mengatakan bahwa berwirausaha dapat di ukur dengan :

1. Membuat pilihan kerja
2. Merasa tertarik untuk berwirausaha
3. Merasa senang untuk berwirausaha
4. Berkeinginan untuk berwirausaha
5. Berani mengambil resiko untuk meraih sukses

Berdasarkan pendapat para ahli maka didapatkan indikator minat berwirausaha yaitu:

1. Memilih jalur usaha daripada bekerja dengan orang lain
2. Memilih karir sebagai wirausaha
3. Berorientasi ke masa depan
4. Perencanaan untuk memulai usaha

2.1.1.6 Sifat-sifat yang Perlu Dimiliki Wirausaha

Seorang wirausahawan harus mampu melihat ke depan, berfikir dengan penuh perhitungan, dan mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya, menurut BN. Marbun Buchari Alma, 2013(Fanny Paramitasari, 2016) untuk menjadi wirausahawan, seseorang harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

Tabel 2.1 sifat yang harus dimiliki seorang wirausaha

Ciri-Ciri	**Watak**
a. Percaya diri	1. Kepercayaan (keteguhan) 2. Ketidaktergantungan, kepribadian mantap 3. Optimisme
b. Berorientasi tugas dan hasil	1. Kebutuhan atau haus akan prestasi 2. Berorientasi laba atau hasil 3. Tekun dan tabah 4. Tekad, kerja keras, motivasi 5. Energik
c. Pengambilan resiko	1. Mampu mengambil resiko 2. Suka pada tantangan
d. Kepemimpinan	1. Mampu memimpin 2. Dapat bergaul dengan orang lain 3. Menanggapi saran dan kritik
e. Keorisinilan	1. Inovatif (pembaharu) 2. Kreatif 3. Fleksibel 4. Banyak sumber 5. Serba bisa
f. Berorientasi ke masa depan	1. Pandangan ke depan 2. Perseptif

2.1.2 Penggunaan Media Sosial

2.1.2.1Pengertian Media Sosial

Sosial media adalah fase perubahan pada bagaimana seseorang menemukan, membaca dan saham isi informasi untuk orang lain. Sosial media pada dasarnya adalah kombinasi antara sosiologi dan teknologi perubahan monolog (satu ke banyak) ke dalam dialog (banyak ke banyak) dan informasi yang demokratis mengubah orang dari membaca konten ke penerbit konten. Media sosial lebih mengacu ke media yang disediakan oleh pencipta atau pengembang aplikasi atau penyedia layanan untuk pengguna yang bertujuan untuk memberikan pengguna ruang dan media untuk bersosialisai dan berinteraksi (Dalimunte, 2018)

Menurut Pratama (2014) sosial media lebih mengacu kepadamedia yang disediakan oleh pencipta atau pengembang aplikasi atau penyedia layanan kepada para pengguna, dengan tujuan untuk memberikan pengguna ruang dan media agar dapat bersosialisasi atau berinteraksi secara online dengan memanfaatkan jaringan internet berbasiskan OTT (*Over The Top*) melalui perangkat *Mobile* (*Smartphone, Tablet,* dan komputer biasa atau laptop).

Menurut Zarella (dalam Mulyandi & Puspitasari, 2018) sosial media adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya. Sosial media merupakan media *online* yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog

interaktif. Adapun sosial media yang populer saat ini adalah*Blog, Twitter, Facebook, Instagram,* dan lain sebagainya.

Menurut Hermawanher (dalam Indoworo, 2016) sosial media adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog menjadi dialog dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten. Sosial media telah menjadi sangat populer karena memberi kesempatan orang-orang untuk terhubung di dunia online dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Rahayu & Laela, 2018) sosial media merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran sosial media semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Sosila media memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa Sosial Media adalah media *online* yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, berpartisispasi, dan menciptakan sesuatu yang berkembang di dalam masyarakat. Sebagai salah satu media komunikasi, sosial media bukan hanya digunakan untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai salah satu media untuk mengekspresikan diri, pencitraan diri, bisnis *online,* dan pemasaran *online.* Oleh karena itu dengan adanya sosial media diharapkan dapat meningkatkan minat berwirausaha dan dapat memudahkan setiap orang khususnya Anak remaja.

2.1.2.2 Manfaat Sosial Media

Menurut Puntoadi (dalam Rahayu & Laela, 2018 , Tio Praseti 2020) penggunaan atau pemanfaatan sosial media adalah sebagai berikut:

a. Berbagai sosial media dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapat popularitas di sosial media.

b. Sosial media memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Sosial media menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Melalui sosial media para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta memabangun keterikatan yang lebih dalam.

2.1.2.3 Elemen Sosial Media

Menurut Kaplan & Haenlein (dalam Situmorang, 2016) terdapat 2 elemen dalam sosial media yaitu:

a. Media Research

1) Kehadiran Sosial *(Social Presence).* Didefinisikan sebagai kontak suara, visual maupun fisik yang terjadi ketika terjadi proses komunikasi.
2) Kekayaan Media *(Media Richness).* Didasarkan pada tujuan komunikasi yaitu untuk mengurangi ketidak jelasan dan ketidak yakinan pada saat sebuah informasi disampaikan.

b. Sosial *Processes*

1) Presentasi Diri *(Self Presentation).* Merupakan keinginan untuk mengendalikan kesan kepada orang lain, pada satu sisi mempunyai tujuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mendapatkan keuntungan seperti

menciptakan kesan positif kepada mertua, menciptakan pencitraan yang konsisten pada satu identitas kepribadian seperti mengenakan pakaian yang bergaya agar dipersepsikan muda dan trendi.

2) Pengungkapan Diri *(Self Disclosure).* Merupakan sebuah langkah kritis yang penting dalam pengembangan hubungan dekat. *Self Disclosure* dilakukan melalui pengungkapan diri baik sadar maupun tidak sadar pembukaan informasi pribadi misalnya pikiran, perasaan, suka dan tidak suka yang konsisten dengan satu gambaran pribadi yang ingin ditampilkan.

2.1.2.4 Jenis Sosial Media

Menurut Kotler (dalam Situmorang, 2016) sosial media terbagi menjadi 3 jenis yaitu:

a. Komunitas dan forum Online *(Online Communities and Forums).*

   Dibentuk oleh konsumen dan sekelompok konsumen tanpa adanya pengaruh iklan dan afiliasi perusahaan atau mendapat dukungan dari perusahaan dimana anggota yang tergabung dalam *Online Communities* dapat berkomunikasi dengan perusahaan dari satu anggota ke anggota lainnya melalui *posting*, *instant messaging*, dan *chat discussions* tentang minat khusus yang berhubungan dengan produk dan merk.

b. Blogger *(Blog-gers).*

   Merupakan catatan jurnal *online* atau dicari yang diperbaharui secara berkala dan merupakan saluran yang penting bagi *Word of Mouth*.

c. Jaringan Sosial *(Social Networks).*

Merupakan kekuatan yang penting dalam kegiatan pemasaran baik *Business To Customer* dan *Business To Business. Social Networks* dapat berupa situs jejaring sosial seperti *Facebook, MySpace, Linkedln*, dan *Twitter*.

2.1.2.5Ciri-ciri Sosial Media

Sosial media mempunyai ciri-ciri yaitu sebagai berikut:

a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
b. Pesan yang disampaikan bebas tanpa harus melalui suatu Gatekeeper.
c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lain.
d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.
e. Pertumbuhan sosial media.

2.1.2.6 Dimensi Sosial Media

Menurut Lauster (dalam Azizan, 2016) dimensi dari sosial media adalah:

a. Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu sikap atau keyakinan sehingga dalam tindakannya tidak terlalu cemas dalam berinteraksi.

b. Mudah diakses

Mudah di akses adalah kemampuan untuk mendapatkan manfaat yang dapat digunakan oleh siapapun tanpa terkecuali.

c. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Adalah kemauan untuk menolong dan menyediakan suatu layanan dengan tepat waktu.

2.1.3 Motivsi Intrinsik

Menurut M.Hasyim *2016 (Tio Prasetio 2020*) motivasi berasal dari kata latin movere yang berarti dorongan atau pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mau bekerja sama,bekerja efektif,dan terintegrasi dengan segala daya upaya nya untuk mencapai kepuasaan.

Menurut M Hasym 2016 (Tio Prasetio 2020) motivasi intrinsik bersumber dari dalam individu.Motivasi ini menghasilkan integrasidari tujuan tujuan ,baik tujuan organisasi maupun tujuan individu dimana keduamya terpuaskan.Motivasi intrinsik menjadi pendorong kerja yang bersumber dari pekerja sebagai individu,berupa kesadaran mengenai pentingnya pekerjaan yang dilaksanakan.

2.1.3.1Pengertian Motivasi

Setiap orang dalam melakukan tindakan tidak lepas dari adanya motivasi. Motivasi berwirausaha erat kaitannya dengan keinginan untuk mencapai sesuatu dengan lebih baik. Sumadi Suryabrata (Djaali H, 2012) motivasi adalah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu guna pencapaian suatu tujuan.Menurut Buchari Alma (2013):

Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan atau implus. Motivasi seseorang tergantung pada

kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan yang sangat besarlah yang akan menentukan perilaku seseorang. Motivasi erat kaitannya dengan pemenuhan suatu kebutuhan, bertindak untuk memenuhi kebutuhan dan pencapaian kebutuhan itu, sehingga bila seseorang tidak merasa ingin kebutuhan tersebut maka dia cenderung untuk tidak ingin melakukan sesuatu hal untuk pemenuhan kebutuhan tersebut. Jika dia melakukan suatu kegiatan, ia akan merasa senang, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa antara kebutuhan, perbuatan, tujuan berlangsung karena ada dorongan atau motivasi. Timbulnya motivasi karena seseorang merasakan kebutuhan tertentu karena perbuatan tersebut mengarah kepada pencapaian tujuan, apabila tujuan telah tercapai maka ia akan merasa puas. Perbuatan yang telah memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan maka cenderung diulang kembali, sehingga perbuatan itu menjadi lebih kuat.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat ditarik pengertian bahwa motivasi adalah karakteristik tingkah laku siswa sebagai tenaga pendorong atau penarik yang menyangkut minat, ketajaman perhatian, konsentrasi, dan ketekunan untuk mencapai suatu tujuan tertentu atau mencapai apa yang diinginkannya.

2.1.3.2Jenis-Jenis Motivasi

Adapun jenis motivasi menurut Davis dan New Strom (2002) adalah prestasi, afiliasi, kompetensi, dan kekuasaan.

a. Motivasi prestasi *(achievement motivation)*,

   adalah dorongan dalam diri seseorang untuk mengatasi segala tantangan dan hambatan dalam mencapai tujuan. Entrepreneur yang berorientasi dan bekerja keras apabila mereka memandang bahwa mereka akan

memperoleh kebanggaan pribadi atas upaya mereka, apabila hanya terdapat sedikit resiko gagal, dan apabila mereka mendapat balikan spesifik tentang prestasi diwaktu lalu.

b. Motivasi afiliasi *(affiliation motivation),*

adalah dorongan untuk berhubungan dengan orang-orang atas dasar social. Orang-orang yang bermotivasi afiliasi bekerja lebih baik apabila mereka dipuji karena sikap dan kerja sama mereka yang menyenangkan.

c. Motivasi kompetensi *(competence motivation),*

adalah dorongan untuk mencapai keunggulan kerja, meningkatkan ketrampilan dalam memecahkan masalah, dan berusaha keras untuk inovatif. Umumnya, mereka cenderung melakukan pekerjaan dengan baik karena kepuasan batin yang mereka rasakan dari melakukan pekerjaan itu dan penghargaan yang diperoleh dari orang lain.

d. Motivasi kekuasaan *(power motivation),*

adalah dorongan untuk mempengaruhi orang-orang dan mengubah situasi. Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan ingin menimbulkan dampak dan mau memikul resiko untuk melakukan hal itu. Penjelasan di atas dapat ditarik sebuah garis merah bahwa motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri manusia maupun dari dorongan dari pihak luar untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Motivasi intrinsik merupakan dorongan dari dalam diri individu yang menyebabkan individu yang bersangkutan berpartisipasi dalam suatu kegiatan.

Dorongan ini sering dikatakan merupakan bawaan sejak lahir, sehingga tidak dapat dipelajari.

2.1.3.3 Faktor –faktor Motivasi Intrinsik

Menurut Basrowi (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi intrinsik yaitu:

a) Kebutuhan (*need*)

Seseorang melaksanakan aktivitas (kegiatan) karena adanya faktor-faktor kebutuhan baik biologis maupun psikologis.

b) Harapan (*expectancy*)

Seseorang dimotivasi karena adanya harapan keberhasilan yang bersifat pemuasan diri seseorang, keberhasilan dan harga diri meningkat dan menggerakkan seseorang kearah pencapaian tujuan.

c) Minat

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keinginan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh atau kegiatan yang sering dilakukan setiap hari karena kegiatan tersebut disukainya.

Menurut Herzberg dalam Hanifah (2017),Menyatakan bahwa karyawan bahwa karyawan termotivasi untuk bekerja disebabkan oleh dua faktor yaitu:

1) Pekerjaan itu sendiri *(the work it self);* berat ringan tantangan yang dirsakan tenaga kerja daro pekerjaannya.
2) Kemajuan *(advancement);* besar kecilnya kemungkinan tenaga kerja berpeluang maju dalam pekerjaan seperti naik pangkat.

3) Tanggung jawab ; besar kecilnya yang dirasakan terhadap tanggung jawab diberikan kepada seseorang tenaga kerja.
4) Pengakuan ; besar kecilnya pengakuan yang diberikan kepada tenaga kerja atas hasil kerja.
5) Pencapain ; besar kecilnya kemungkinan tenaga kerja mencapai prestasi kerja yang tinggi.

2.1.3.4Tipe-tipe Motivasi

Motivasi dapat dibedakan menjadi beberapa tipe. Menurut Dimyati dan Mudjiono (2006) "Motivasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu, motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik".

1) Motivasi Intrisnsik

Motivasi intrinsik merupakan dorongan dari dalam diri individu yang menyebabkan individu yang bersangkutan berpartisipasi dalam suatu kegiatan. Dorongan ini sering dikatakan merupakan bawaan sejak lahir, sehingga tidak dapat dipelajari. Menurut Basrowi (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi instrinsik yaitu:

a) Kebutuhan (*need*)

Seseorang melaksanakan aktivitas (kegiatan) karena adanya faktor-faktor kebutuhan baik biologis maupun psikologis.

b) Harapan (*expectancy*)

Seseorang dimotivasi karena adanya harapan keberhasilan yang bersifat pemuasan diri seseorang, keberhasilan dan harga diri meningkat dan menggerakkan seseorang kearah pencapaian tujuan

c) Minat

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keinginan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh atau kegiatan yang sering dilakukan setiap hari karena kegiatan tersebut disukainya.

2) Motivasi Ekstrisnsik

Motivasi ekstrinsik adalah dorongan dari luar individu yang menyebabkan individu berpartisipasi dalam kegiatan. Menurut Basrowi (2014), faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi ekstrinsik yaitu:

a) Dorongan Keluarga

Keluarga adalah sebuah kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih yang masing-masing mempunyai hubungan kekerabatan yang terdiri dari bapak, ibu, kakek, nenek.

b) Lingkungan

Lingkungan adalah tempat dimana orang tinggal. Lingkungan dapat mempengaruhi seseorang sehingga dapat termotivasi untuk melakukan sesuatu. Selain keluarga lingkungan juga mempunyai peran yang besar dalam memotivasi seseorang dalam merubah tingkah lakunya.

c) Imbalan

Seseorang dapat termotivasi karena adanya imbalan sehingga orang tersebut ingin melakukan sesuatu.

2.1.4 Pengetahuan Kewirausahaan

2.1.4.1Pengertian Pengetahuan

Ilmu lahir karena manusia diberkahi Allah sifat ingin tahu *(curiosity)*. Keingintahuan manusia terhadap problematika di sekeliling dapat menjurus kepada ilmu pengetahuan. Adapun definisi pengetahuan menurut beberapa ahli sebagai berikut:

1) Soerjono Soekanto,

Ilmu pengetahuan didefinisikan sebagai pengetahuan (knowledge) yang tersusun sistematis dengan menggunakan kekuatan pemikiran, pengetahuan mana selalu dapat diperiksa dan ditelaah (dikontrol) dengan kritis oleh setiap orang lain yang mengetahuinya.

2) Mohammad Hatta

mengartikan ilmu pengetahuan dengan pengetahuan yang teratur tentang pekerjaan hukum kausal dalam suatu golongan masalah yang sama tabiatnya menurut kedudukannya tampak dari luar maupun menurut bangunannya dari dalam.

3) Moh. Nasir

mendefinisikan ilmu dengan dua arti. Pertama, pengetahuan yang bersifat umum dan sistematik, pengetahuan dari mana dapat disimpulkan dalil-dalil tertentu menurut kaidah-kaidah umum. Kedua, pengetahuan yang sudah dicoba dan diatur menurut urutan dan arti serta menyeluruh dan sistematik. (Idri,2015). Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah

sesuatu yang tersusun sistematis dengan menggunakan kekuatan pemikiran yang luas melalui pengamatan dan percobaan.

2.1.4.2 Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah aktivitas yang menggunakan kapital untuk mencari keuntungan. Wira artinya kemampuan; usaha artinya aktivitas mencari sesuatu; kapital ialah segala sesuatu yang digunakan menghasilkan keuntungan. Kewirausahaan atau entrepreneurship berasal dari bahasa Perancis, artinya orang yang mencari keuntungan atau lazim disebut pebisnis atau kapitalis. Wirausaha lahir sejak manusia mengadakan pertukaran barang hasil kerjanya. Wirausaha berkembang sejak zaman feodalisme, ia merupakan kelas tersendiri yang kerjanya sebagai perantara atau pedagang. Dalam revolusi industri di inggris pada abad 18, wirausaha di beri makna orang.yang mampu mengelola produksi skala besar dan menemukan komoditi baru, teknologi baru, metode kerja baru, dan daerah pemasaran baru. Kewirausahaan terus berkembang pesat karena faktor persaingan. Persaingan adalah faktor penggerak utama perkembangan wirausaha, terutama persaingan dalam bidang jenis produk, kualitas produk, kecepatan distribusi produk, dan layanan purna jual. Di zaman revolusi industri abad 18, para wirausaha berorientasi pada jenis produk dan kuantitasnya, jumlah wirausaha masih relatif sedikit.Tetapi sekarang, orientasi wirausaha pada pasar, dengan konsep “apa yang bisa di jual, dan bisa di produksi”.*(Prawironegoro, 2017)*

2.1.4.3 Pengetahuan Kewirausahaan

Plato menyatakan bahwa pengetahuan adalah keyakinan yang dibenarkan. Namun terdapat definisi yang disepakati secara tunggal, bahwa pengetahuan

melibatkan proses kognitif yang kompleks, persepsi, pembelajaran, komunikasi, asosiasi, dan penalaran Kuntowicaksono dalam Apriliani (2015). Pengetahuan diperoleh melalui pengalaman, input informasi melalui pancaindera, ingatan, dan menjadi proses terus menerus berjalan sepanjang hayat. Selanjutnya pengetahuan mempunyai tingkatan sebagai berikut :

1) Tahu *(know)* yaitu kemampuan untuk mengingat materi yang telah dipelajari
2) Memahami *(comperhensip)* yaitu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat mempresentasikan materi tersebut.
3) Aplikasi *(aplication)* yaitu kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi yang sebenarnya.
4) Analisis *(analysis)* yaitu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek dalam suatu komponen-komponen.
5) Sintesis *(sinthesis)* kemampuan untuk menyususn formulasi baru dari formolasi yang ada.
6) Evaluasi *(evaluation)* yaitu kemampuan untuk melakukan penelitian terhadap materi atau suatu objek.*(Natoatmodjo, 2003:47)* Terdapat penjelasan mengenai sumber pengetahuan, *menurut Suhartono Kuntowicaksono (2012:47):*

1) Sumber pertama: Berasal dari kepercayaan tradisi, adat, dan agama, berupa nilai-nilai warisan nenek moyang, biasanya berbentuk norma dan kaidah baku yang berlaku di dalam kehidupan sehari-hari, kemudian

pengetahuan yang bersumber dari kepercayaan cenderung bersifat tetap tetapi subjektif.

2) Sumber kedua: Pengetahuan berdasarkan kepada otoritas kesaksian orang lain, biasanya bersumber dari orang tua, guru, ulama, orang yang dituakan, dan sebagainya. Jadi apapun yang mereka katakan benar atau salah, baik atau buruk, dan indah atau jelek pada umumnya diikuti dan dijalankan dengan patuh tampah kritik.
3) Sumber ketiga: Pengalaman indriawi. Dengan mata, telinga, hidung, lidah, dan kulit orang mampu melakukan kegiatan hidup.
4) Sumber keempat: Akal pikiran yang berbeda dengan indera, akal pikiran memiliki sifat lebih rohani, karena itu lingkup kemampuannya melebihi panca indera yang menembus batas-batas fisis sampai kepada yang bersifat metafisis.
5) Sumber kelima: Intuisi dimana sumber ini berupa gerak hati yang paling dalam, jadi sangat bersifat spiritual lampaui ambang batas ketinggian akal pikiran dan kedalaman pengalaman. Pengetahuan intuitif itu kebenarannya tidak dapat diuji baik menurut ukuran pengalaman indriawi maupun akal pikiran.

Difinisi pengetahuan telah dijabarkan jelas oleh beberapa ahli, kemudian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah segala sesuatu hal yang dapat diketahui, dipahami dan diperoleh dari hasil pengamatan melalui indera dan pengalaman. Rusdiana (2014) mengemukakan bahwa kewirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dengan mengambil

inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya.

Dari beberapa definisi tentang kewirausahaan bisa disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan salah satu usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menciptakan peluang dan dimanfaatkan dengan baik sehingga akan memperoleh keuntungan lebih besar dan hasilnya berguna bagi orang lain. Berdasarkan dari definisi pengetahuan dan definisi kewirausahaan maka dapat dipahami pengetahuan kewirausahaan adalah intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha.Pernyataan ini diperkuat oleh pernyataan Mustofa (2014) bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berfikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik.

Indikator pengetahuan kewirausahaan menurut Mustofa (2014) :

1) Mengambil resiko usaha,

2) Menganalisi peluang usaha,

3) Merumuskan solusi masalah.

Pengetahuan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku pada siswa menjadi seorang wirausahawan (entrepreneur) sejati sehingga mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir (Retno

dan Trisnadi, 2012). Pengetahuan kewirausahaan didefinisikan oleh Kuntowicaksono (2012) *sebagai :* Pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntukkan dirinya dan masyarakat atau konsumennya.

Menurut Nurbaya dan Moerdiyanto (2012). Pengetahuan kewirausahaan adalah ilmu, seni maupun perilaku, sifat, ciri, dan watak seseorang yang mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Berpikir sesuatu yang baru (kreatifitas) dan bertindak melakukan sesuatu yang baru (keinovasian) guna menciptakan nilai tambah agar mampu bersaing dengan tujuan menciptakan kemakmuran individu dan masyarakat. Karya dari wirausaha dibangun berkelanjutan, dilembagakan agar kelak berjalan dengan efektif ditangan orang lain.

2.2 PENELITIAN RELEVEN

Hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh:

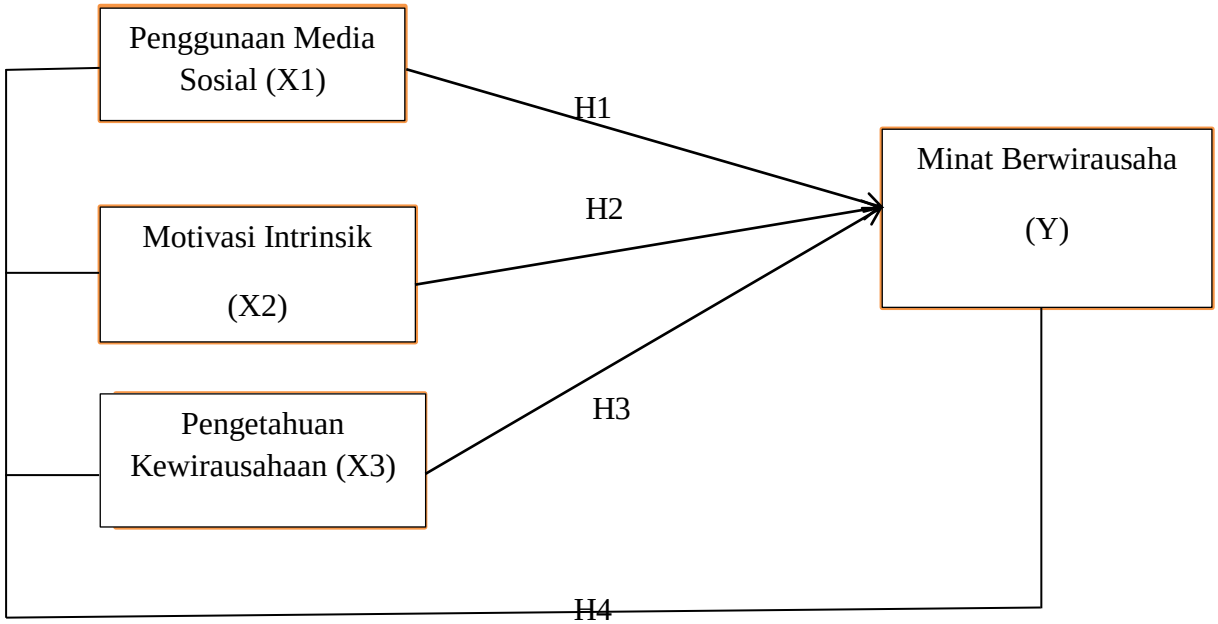
Nama Peneliti	Judul	Hasil penelitian
Sri Supraba (2013)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Pengalaman Praktik Kerja Industri, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Kesiapan Berwirausaha Siswa SMK Kompetensi	Hasil penelitian adalah sebagai berikut: (1) tingkat kesiappan berwirausaha siswa SMK dalam kategori sangat tinngi sebesar 67,4% dan 32,6% dalam kategori tinggi. (2) tingkat pengetahuan kewirausahaan dalam kategori sangat tinggi sebesar 74% dan kategori tinggi sebesar 26%. (3) tingkat pengalaman praktik kerja industri siswa SMK dalam kategori sangat tinggi sebesar 65,2% dan kategori tinggi sebesar 34,8%. (4) tingkat dukungan

	Keahlian Komputer Dan Jaringan Di Kabupaten Gunung Kidul.	lingkungan keluarga dalam kategori sangat tinggi sebesar 29,6% kategori tinggi sebesar 60% kategori rendah sebesar 9,7% dan kategori sangat rendah sebesar 0,7%. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang pengetahuan kewirausahaan, minat berwirausaha siswa dan menggunakan analisis regresi ganda. Sedangkan perbedaannya, jika dalam penelitian ini variabel yang mempengaruhi adalah Pengetahuan Kewirausahaan, Pengalaman Praktik Kerja Industri, Dan Lingkungan Keluarga, maka variabel yang mempengaruhi pada penelitian yang akan peneliti lakukan adalah Motivasis Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan.
Muchammad Arif Mustofa (2014)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman.	(1) terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan, self efficacy, dan karakter wirausaha secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 22, 832 ($p < 0,05$). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,533 atau 53,3%, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2, 367 ($p < 0,05$). (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan pengaruh *self efficacy* terdapat minat berwirausaha. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2, 061 ($p < 0,05$). (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan pengaruh karakter wirausaha

		terhadap minat berwirausaha. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 4, 393 ($p < 0,05$). Persamaan penelitian ini dengan peelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang pengetahuan kewirausahaan, minat berwirausaha dan menggunakan analisis regresi ganda, jika dalam penelitian ini variabel yang mempengaruhi adalah Pengetahuan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, dan Karakter Wirausaha, maka variabel yang mempengaruhi pada penelitian yang akan peneliti lakukan adalah Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan.
3 Ruaida Maulinza (2016)	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Angkatan 2012	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama dan parsial variabel Jiwa Kewirausahaan dan Sosial Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Angkatan 2012
4 Adha Rahmanul Ismail (2014)	Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha pada Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Sosial Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha pada Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran dala penelitian ini di gambarkan seperti skema sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.

2.4 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H1 = Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir.

H2 = Motivasi intrinsik berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir.

H3 = Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir.

H4 = Penggunaan media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausahasiswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini di lakukan di Desa Muara Musu. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada falsafah positif, digunakan untuk penelitian pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan analisis data bersifat kuatitatif / statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.Dimana metode ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir secara parsial maupun simultan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Menurut sugiyono (2018:117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau sebjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Ada pun populasi dalam penelitian tersebut adalah Siswa SMA Negeri 3Model Rambah Hilir.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013: 118). Pengambilan sampel harus benar-benar mewakili populasi yang ada, karena syarat utama agar dapat ditarik suatu generalisasi adalah bahwa sampel yang diambil dalam penelitian harus menjadi cermin populasi.Itulah sebabnya dari populasi memerlukan teknik tersendiri sehingga sampel yang diambil dapat mewakili populasi. Jadi yang dimaksud dengan sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang diambil untuk dijadikan responden dalam penelitian. Populasi yang digunakan yaitu 300 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013: 118). Pengambilan sampel harus benar-benar mewakili populasi yang ada, karena syarat utama agar dapat ditarik suatu generalisasi adalah bahwa sampel yang diambil dalam penelitian harus menjadi cermin populasi.Itulah sebabnya dari populasi memerlukan teknik tersendiri sehingga sampel yang diambil dapat mewakili populasi. Jadi yang dimaksud dengan sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang diambil untuk dijadikan responden dalam penelitian. Populasi yang digunakan yaitu 300 orang. .

Menurut Sugiyono (2014:85) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *convenience sampling*. Menurut Sugiyono (2014:85) *convenience sampling* adalah pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya, Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Responden tersebut adalah konsumen yang datang ke BUMDes Tuah

Negeri dan bersedia menjadi responden. Penentuan jumlah minimum sampel untuk penelitian menggunakan rumus Bernoulli. berikut adalah rumusnya :

$$n = \frac{(Z\ (\alpha/2)^2.\ P.\ q}{e^2}$$

Dimana :

N = jumlah sampel minimum

α = tingkat keyakinan (95%)

Z (α/2) = nilai distribusi normal (1,96)

e = tingkat kesalahan (5%)

p = proporsi jumlah kuesioner yang dianggap benar

q = proporsi jumlah kuesioner yang dianggap salah

Pada persamaan yang digunakan dapat diasumsikan untuk p = 95% maka proporsi yang tidak dapat diolah adalah q = 5% karena pengisian kuisioner di dampingi agar data lebih akurat, untuk nilai distribusi normal Z (α/2) adalah = 1,96 dan tingkat kesalahan adalah 5%. Berikut perhitungannya:

$$n = \frac{(1{,}96)^2\ X\ 0{,}5\ X\ 0{,}5}{0{,}1^2}$$

N = 96,04

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

a. Data Kualitatif, yaitu data yang berupa keterangan-keterangan dan tidak diberikan dalam bentuk angka-angka yang diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan staf personil.

b. Data Kuantitatif, yaitu data yang berupa angka-angka dan laporan-laporan seperti pengaruh media sosial, Motivasi intrinsik, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada siswa SMA (Studi kaus pada siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir).

3.3.2 Sumber Data

a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan cara mengadakan pengamatan langsung dan wawancara secara langsung yang ada kaitannya dengan penulisan proposal ini.
b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dan data lainnya yang ada, khususnya dengan masalah yang akan dibahas analis pengaruh media sosial, motivasi instrinsik dan pengetahuan kewirausaha terhadap minat berwirausahaan pada siswa SMA (studi kasus pada siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir).

3.4 Metode Pengempulan Data

Upaya pengumpulan data yang mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik yaitu :

1. Observasi, dilakukan dengan maksud untuk mengadakan pengamatan secara langsung mengenai obyek yang diteliti pada siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir
2. Kuesioner, berupa data pernyataan tertulis yang telah dirancang oleh peneliti kemudian diberikan kepada responden yang masuk dalam sampel untuk dijawab sesuai dengan keperluan penelitian.

3. Dokumentasi, pengumpulan data berupa pengumpulan arsip atau data-data lainnya yang dibutuhkan dalam analisis.
4. Wawancara , yaitu pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab dengansiswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir .Wawancara di lakukan untuk melengkapi data penelitian.

3.5 Defenisi Operasional

Untuk mencegah agar tidak terjadi kesalahan dalam mengartikan istilah atau teori teori yang di gunakan pada penelitian ini, maka defenisi operasional variabelny adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Jenis pengukuran
1	Penggunaan media sosial (X1) Pratama (2014)	Menurut sosial media lebih mengacu kepada media yang disediakan oleh pencipta atau pengembang aplikasi atau penyedia layanan kepada para pengguna, dengan tujuan untuk memberikan pengguna ruang dan media agar dapat bersosialisasi atau berinteraksi secara online dengan memanfaatkan jaringan internet berbasiskan OTT (*Over The Top*) melalui perangkat *Mobile* (*Smartphone, Tablet,* dan komputer biasa atau laptop).	1.Partisipasi 2.keterbukan 3.percakapan 4.komunikasi 5.saling terhubung 6.keterampilan	Ordinal

No	Variabel	Defesini	Indikator	Jenis pengukuran
2	Motivasi intrinsik(X2) Menurut M.Hasyim (2016)	motivasi berasal dari kata latin movere yang berarti dorongan atau pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang	1.Tanggung jawan 2.penghargaan 3.pekerjaan itu sendiri 4.pegembangan dan kemajuan	Ordinal
3	Pengetahuan kewirausahaan(X3) Kuntowicaksono dalam Apriliani (2015:12).	keyakinan yang dibenarkan. Namun terdapat definisi yang disepakati secara tunggal, bahwa pengetahuan melibatkan proses kognitif yang kompleks, persepsi, pembelajaran, komunikasi, asosiasi, dan penalaran .	1.Pengetahuan mengenai usaha yang dimasuki atau di rintis dan lingkungan usaha yang ada 2.pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab 3.pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis	Ordinal
4	Minat berwirausaha (Y)	1.Menurut Crow & Crow (Djaali H, 2012: 121) minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri 2. . Menurut Kasmir (2011: 19) “Wirausaha yaitu orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan”. 3. minat berwirausaha merupakan kecenderungan hati dari dalam diri individu yang mempunyai keberanian	1.Seberapa kaut upaya seseorang untuk berani mencoba aktivitas kewirausahaan 2.sebrapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan aktivitas kewirausahaan (seperti aktivitas dalam mengelola waktu dan keuangan untuk tujuan berwirausah	Ordinal

		dan keinginan menciptakan suatu bidang usaha melalui ide-ide kreatif, inovatif kemudian merencanakan, mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya untuk mencapai tujuan, serta dapat melihat peluang yang ada dan mampu mengelolanya dengan cara bekerja keras, semangat yang tinggi karena minat wirausaha harus melihat ke depan dalam potensi mendirikan usaha		

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti atau alat yang digunakan untuk memperoleh data informasi yang akan diolah dan dianalisis. Instrumen penelitian yang digunakan dalam memperoleh data variabel pengetahuan kewirausahaan adalah tes pilihan ganda (*Multiple Choice Test*). Instrumen motivasi berwirausaha dan minat berwirausaha dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari setiap variabel. Alat pengukur yang digunakan adalah skala bertingkat dengan 4 alterntif jawaban dan subyek tinggal memilih. Skor untuk setiap alternatif jawaban dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 3.2
Skala Ordinal

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju(S)	3
Tidak setuju(TS)	2
Sangat Tidak setuju(STS)	1

Kuesioner disusun berdasarkan kisi-kisi instrumen dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis pengaruh media sosial, motivasi intrinsik dan pegetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMS Negeri 3 Model Rambah Hiir.

3.6.1 Pengujian Instrument Penelitian

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu keusionar penelitian. Suatu kuesionar dikatakan valid jika pertanyan yang ada pada kuesionar tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang ada diukur oleh kuesionar tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai $_{r}$ hitung dengan nilai $_{r}$ tabel untuk degree of freedom (df)=$_{n-2}$, dalam hal ini $_{n}$adalah jumlah sampel. Dengan kriteria pengujin uji validitas adalah sebagai berikut:

1)Jika $_{r}$ hitung $\geq$ $_{r}$ tabel maka instrumen atau item –item pertanyaan berkorelasi signifikasi terhadap skor total 9dinyatakan valid)

2)Jika $_{r}$ hitung < $_{r}$ tabel maka insrumen atau item –item pertanyaan tidak berkorelasi signifikasi terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen itu baik. Instrumen yang baik adalah instrumen yang sudah reliabel yaitu yang akan menghasilkan data yang dipercaya. Instrumen yang reliabel adalah walaupun berkali-kali diambil hasilnya tetap sama, jadi reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran terjadi apabila pengukuran dilakukan pada kelompok subjek yang sama.

Pengujian reliabilitas dengan bantuan *SPSS for Windows Realeas* menggunakan metode *Cronbach'sAlpha* maka r hitung diwakili oleh nilai *alpha.* Jika nilai *Cronbach'sAlpha*>0,60 maka kuesioner yang diuji coba terbukti reliabel (Sofyan Siregar, 2013).

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik TCR untuk menganalisa data yang sudah dikumpul. Tingkat capaian responden (TCR) suatu medote penilian dengan cara menyusun orang yang dinilai berdasarkan peringkatnyapada berbagai sifat yang dinilai. Untuk penggambaran suatu master scale dari berbagai sifat tersebut dapat dilihat pada tebel berikut:

Tabel 3.3
Kriteria pencapaian responden

Kriteria	Tingkat pencapain responden
Sangat baik	86%-100%
Baik	71%-85%
Cukup baik	61%-70%
Kurang baik	46%-60%
Tidak baik	1%-45%

Sumber:sugiyono 2014 :78

Sedangkan untuk menghitung nilai TCR masing masing kategori jawaban dari deskriptif variabel ,maka dapat dihiting dengan cara :

$$TCR=\frac{RS}{N} X\ 100\%$$

Dimana :

TCR : Tingkat capaian responden

Rs : rata rata skor jawaban responden

N : nilai skor jawaban maksimum

3.7.2 Analisis Kuantitatif

3.7.2.1 Uji Asumsi Klasik

Kemudian untuk dapat mengetahui bahwa model regresi yang diolah adalah sah (tidak terdapat penyimpangan),maka data tersebut akan diuji melalui uji asumsi klasik sebagai berikut:

1.Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel indenpeden dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.Variabel penggangu atau residul memiliki distribusi normal. Model regresi yang baim adalah memilih distribusi data normal atau mendeketi normal.Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik non parametrik kolmogorow-smirnow(k-s)test yang terdapat di program spss. Teknik kolmogrow smirnow memiliki kriteria jika signifikasi dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal,sedangkan jika signifikasi diatas 0,05 maka data berdistribusi data normal. Selain itu analisis grafik adalah salah satu cara termudah untuk melihat normalitas data dengan cara

membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal probability plot. Normal probability plot adalah membandingkan distribusi komulatif dari distribusi normal. Dasar pengembalian keputusan(Ghazali ,2018;161-167)

2.Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen.Model regresi yang baik seharusnya terjadi korelasi diantara variabel independen (Husein Umar, 2004:82). Untuk uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *VarianceInflationFactor* (VIF) dan *Tolerance*.

Nilai *Tolerance* itu sendiri merupakan besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik (α), sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat (Sunyoto, 2007:89). Ketentuan pedoman penilaian nilai VIF dan *Tolerance* yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

3.Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas di gunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians residul dari satu pengamatanyang lain.Jika varians dari residul dari suatu pengamatan ke pengamtan yang lain tidak tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidak adanya heteroskedastisitas dengan melakukan uji sctterplot.

3.7.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut sugiyon (2015:215)"Analisis regresi digunakan untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Regresi linier berganda bertujuan untuk menunjukan pengaruh antara variabel terikat minat wirausaha (Y) terhadap variabel bebas pengaruh media sosial (X1), motivasi intrinsik (X2), dan pengetahuan kewirausahaan (X3) untuk mengetahui analisis pengaruh media sosial, media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada siswa sma (studi kasus pada siswa sma negeri 3 model Rambah Hilir).

$$Y=a+b_1 x_1+b_2 x_2+b_3 x_{3+} e$$

Ket :

Y : minat berwirausaha

X^1 : pengaruh media sosial

X^2 : motivasi intrinsik

X^3 : pengetahuan kewirausaha

$b^1 b^2 b^3$: koefesien regresi

3.7.2.3 Koefesien Determinasi (R^2)

Koefesien Determinasi sering di artikan seberapa besar kemampuan semua variebel bebas menjalankan varian dari variabel terikatnya.Secara sederhana koefsien determinasi dihitung dengan mengkuadrarkan koefesien korelasi (R^2).Hal ini menjelaskan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian dan variabel terikatnya.

3.7.2.4 Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang digunakan dengan menggunakan rumus analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, analisis ganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

3.7.2.4.1 Uji T

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan menggunakan uji t. Uji t merupakan uji secara individu antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara analisis pengaruh media sosial, motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada siswa sma (studi kasus pada siswa sma Negeri 3 Model Rambah Hilir).

3.7.2.4.1 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui Apakah penggunaan Media Soial, Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh pada minat berwirausahasiswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir.

Untuk memudahkan dalam analisis data dibantu dengan computer SPSS dengan melihat angka signifikan $\leq 0{,}05$ berari ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat wirausaha Siswa SMA Negeri 3 Model Rambah Hilir.