

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, *Family Environment*, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Kharisma Wahyu Budiarti^{1*}, Maslichah², Dyah Arini Rudiningtyas³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi: karismawahyub@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of entrepreneurial knowledge, family environment, and the use of social media on the entrepreneurial interest of Malang Islamic University students class of 2020 who have passed the entrepreneurship course. Entrepreneurial knowledge, family environment, and use of social media are considered as independent variables, while students' entrepreneurial interest is the dependent variable. The research methodology used in this research is quantitative by utilizing numerical data. Primary data was collected through questionnaires. The target population was Malang Islamic University students, with the sample size determined using the Malhotra formula to obtain 85 respondents. The hypothesis was tested through various statistical analyzes including descriptive statistics, instrument testing, normality test, classical assumption test, moderated regression analysis, and hypothesis testing using SPSS Version 25. The findings showed that entrepreneurial knowledge, family environment, and use of social media had an influence on students' entrepreneurial interest.

Keywords: *Entrepreneurial knowledge, family environment, use of social media, entrepreneurial interest*

PENDAHULUAN

Negara Kesatuan Republik Indonesia saat ini sedang mengalami kepadatan penduduk, hal ini menyebabkan angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, salah satu upaya teruntuk menciptakan sumber daya manusia yang unggul bagi setiap individu yakni beserta dimanfaatkan kesempatan teruntuk mengembangkan diri. Padahal, sebagian besar warga beranggapan bahwasanya semakin tinggi pendidikan maka semakin besar pula peluang teruntuk meraih kemenangan. Akan tetapi, hal tersebut tidak serta merta menjamin kemenangan manusia. Tingginya angka lulusan setiap tahunnya dan minimnya lapangan pekerjaan menyebabkan angka pengangguran terus meningkat. Angka pengangguran yang pada tahun lalu tidak memungkinkan karena merebaknya Covid-19 berdampak serius pada semua sektor. Hal ini juga berdampak pada menurunnya lapangan pekerjaan. Hal ini perlu menjadi acuan, khususnya bagi pihak-pihak yang menjadi komponen pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian di Indonesia. Menurut Winiatin (2021), seorang *entrepreneur* memfasilitasi peran yang sangat besar dalam kemajuan ekonomi melalui pembangunan, perdagangan, dan kesejahteraan. Dunia usaha yang dibangun oleh *entrepreneur* akan mendorong kemajuan sektor-sektor yang menguntungkan. Semakin banyak pelaku bisnis di suatu negara, maka akan semakin tinggi pula perkembangan ekonomi negara tersebut. Beserta banyaknya pelaku bisnis di dunia, maka akan semakin banyak lapangan pekerjaan yang terbuka dan dapat membantu peningkatan pendapatan per kapita negara tersebut. Sejalan beserta hal tersebut, pendidikan ekonomi memfasilitasi misi yang salah satunya yakni menyelenggarakan pembinaan dan pengembangan bakat, keterampilan, keterampilan berpikir, dan kesejahteraan mahasiswa yang diarahkan pada pendidikan ekonomi, perilaku administrasi, dan berdagang. Hal ini menunjukkan bahwasanya maksud dari program pendidikan ekonomi yakni teruntuk mencetak lulusan terbaik yang tidak hanya memfasilitasi kompetensi dan karakter tetapi juga kompetensi berdagang. Berdagang dapat menjadi pegangan manusia dalam memanfaatkan peluang yang ada teruntuk memfasilitasi kebutuhan dan keinginannya (Aputra,

2020). Peluang tersebut diwujudkan dalam bentuk pembangunan beserta memanfaatkan berbagai sumber daya dan menciptakan sesuatu beserta memanfaatkan waktu dan kegiatan yang disertai beserta modal, jasa dan tentu saja peluang, sehingga berdagang dapat membantu suatu negara teruntuk berkembang secara ekonomi. Selain mengurangi jumlah pengangguran, juga dapat meningkatkan jumlah penerimaan pajak negara. Beserta berdagang, individu juga dapat menjadi harusnya mandiri, tidak lagi bergantung pada upah yang dibayarkan oleh negara, beserta ini berdagang sangatlah mendukung dan Informasi berdagang yakni informasi yang diperoleh dari pengalaman dan masa lalu. Ada 3 sudut pandang yang memengaruhi informasi berdagang, yakni mengambil risiko perdagangan, menganalisis peluang perdagangan, mendefinisikan solusi masalah.

Ketertarikan manusia dalam berdagang akan tumbuh dari kondisi terdekatnya, yakni usaha keluarga (Agusmiati & Wahyudin, 2018). Apabila keluarga dimanfaatkan dukungan penuh kepada manusia beserta dimanfaatkan ide-ide kreatif, menumbuhkan sikap pantang menyerah dalam diri manusia teruntuk memulai usaha yang akan digelutinya, tentu akan memacu minat manusia dalam berdagang semakin tinggi, sehingga kegiatan wirausaha yang dijalannya dapat berjalan beserta baik di kemudian hari (Herdjiono dkk., 2017). Kondisi keluarga juga turut membentuk karakter manusia dalam menjalankan suatu usaha, dapat dilihat dari manusia yang keluarganya memfasilitasi usaha, tentu akan dimanfaatkan semangat dalam berdagang dan mulai belajar berdagang di dalamnya (Indriyani & Margunani, 2018). Dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat dipisahkan dari pemanfaatan teknologi yang menghadirkan media sosial. Media sosial dapat menjadi media yang sangat bermanfaat teruntuk bertukar/mencari informasi dan menjalin secara daring (Aida, 2018). Saat ini media sosial semakin dikenal karena dapat dimanfaatkan bantuan dalam kegiatan wirausaha karena dimanfaatkan jaringan online sehingga sangat mudah diakses oleh siapa saja dan di mana saja (Listiwati, 2020). Hal ini tentu saja dimanfaatkan peluang bagi e-marketing karena dapat menjadi keajaiban dalam dunia pemasaran sehingga dapat berinovasi secara efektif. Maka hal ini dapat menjadi peluang yang baik bagi para pelaku bisnis di masa mendatang teruntuk terus mengeksplor kemampuan berdagang melalui media sosial yang menjadi visioner bisnis secara online beserta memanfaatkan media Facebook, Whatsapp, Instagram dan media sosial lainnya (Rahayu & Laela, 2018). Dalam hal ini, apabila media sosial dimanfaatkan teruntuk peluang usaha, maka daya imajinasi berdagang akan semakin meningkat dan biaya modal akan semakin kecil, sehingga para pelaku usaha dapat meminimalisir risiko yang akan terjadi.

Pemanfaatan media sosial dan informasi wirausaha yakni variabel eksternal yang dapat mendorong minat berdagang pada mahasiswa. Penjelasan tersebut diperkuat beserta riset yang dimanfaatkan oleh (Richter 2023) tentang pengaruh media sosial dan masa lalu berdagang pada minat berdagang mahasiswa, yang menunjukkan bahwasanya terdapat hubungan yang sig antara media sosial dan masa lalu berdagang pada minat berdagang mahasiswa. Akan tetapi, riset yang dimanfaatkan akan melihat sisi perbedaannya melalui indikator yang dimanfaatkan dan hasil riset.

Melihat uraian latar belakang di atas dan perbedaan hasil riset, penulis tertarik teruntuk dimanfaatkan riset beserta judul "Dampak Wawasan Berdagang, Kondisi Keluarga, dan Penggunaan Media Sosial pada Minat Berdagang Mahasiswa"

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Hipotesis Perilaku Teratur dapat yakni pengembangan dari Hipotesis Aktivitas Nalar Aktivitas Nalar menjelaskan tentang peran minat dalam perilaku dan menerima bahwasanya orang memfasilitasi kendali penuh atas perilaku mereka. Orang atau kelompok tidak selalu memfasilitasi kendali penuh atas semua perilaku, dan kontrol perilaku visual dimanfaatkan teruntuk mengatasi hal ini. Konsep kontrol perilaku visual menunjukkan bagaimana variabel

eksternal dapat secara tegas memengaruhi kontrol perilaku visual, hipotesis ini meneliti bagaimana hal itu dapat memengaruhi pencapaian maksud perilaku manusia.

Minat Berwirausaha

Menurut Oktarina (2019), orang yang tekun atau memfasilitasi kemauan yang kuat teruntuk berusaha memfasilitasi kebutuhan hidupnya, tanpa takut akan risiko yang akan terjadi, dapat menerima tantangan, percaya diri, kreatif dan inovatif serta memfasilitasi kapasitas dan kemampuan teruntuk memfasilitasi kebutuhan. Minat wirausaha dapat dilihat dari upayanya teruntuk bekerja keras, menghadapi semua risiko, bersedia menerima cara dan strategi modern, bersedia hidup hemat dan mampu belajar dari pengalaman

Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Rachmawati (2020) wawasan berdagang yakni kemampuan manusia teruntuk dimanfaatkan pekerjaan modern dan menghasilkan produk barang yang inovatif. Beserta wawasan berdagang yang memadai, manusia akan harusnya mudah teruntuk memanfaatkan peluang usaha yang ada di sekitarnya menjadi peluang usaha yang modern dan berkualitas, sehingga manusia yang memfasilitasi wawasan berdagang yang baik tentunya akan harusnya cermat dalam mengambil keputusan dalam memahami permasalahan tersebut.

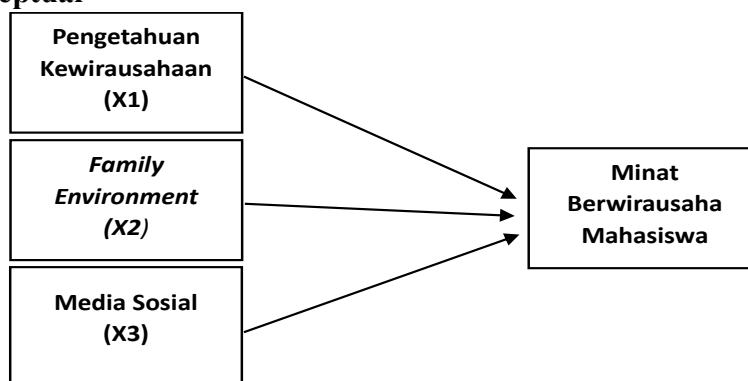
Family environment

Aini (2020) minat berwirausaha seseorang akan muncul dari lingkungan terdekat mereka yakni keluarga. Lingkungan keluarga bisa dideskripsikan sebagai lingkungan pertama untuk seseorang dalam belajar dan memperoleh pengetahuan baru.

Penggunaan Media Sosial

Menurut Aini (2020) Minat manusia dalam berdagang akan muncul dari kondisi terdekatnya, yakni keluarga. Kondisi keluarga dapat digambarkan sebagai kondisi utama bagi manusia teruntuk mengingat dan mengambil kembali hal-hal yang tidak terpakai beserta dimanfaatkan ide-ide yang kreatif, menumbuhkan sikap pantang menyerah dalam diri manusia teruntuk memulai suatu usaha yang akan diciptakannya, hal tersebut tentunya akan memacu minat manusia teruntuk berdagang semakin tinggi, sehingga kegiatan wirausaha yang dimanfaatkannya dapat berjalan beserta baik di kemudian hari.

Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

- H1 : Pengetahuan kewirausahaan, *family environment* dan media sosial, berpengaruh terhadap minat wirausaha mahasiswa.
- H2 : Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat wirausaha mahasiswa
- H3 : *Family environment* berpengaruh pada minat wirausaha mahasiswa
- H4 : Media sosial berpengaruh pada minat wirausaha mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Riset semacam ini melaksanakan beserta memanfaatkan kerangka riset kuantitatif. Riset kuantitatif yakni riset dalam bingkai angka dan pemeriksaan beserta memanfaatkan

pengukuran Sugiyono (2019). Melihat latar belakang dan definisi permasalahan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, riset tentang strategi yang akan dimanfaatkan analisis dalam riset ini dapat berupa strategi kuantitatif. Strategi kuantitatif dapat diartikan sebagai strategi bertanya tentang yang didasarkan pada pemikiran positivisme, dimanfaatkan teruntuk menanyakan tentang suatu populasi tertentu atau tes, dimana pekerjaan pengumpulan informasi menanyakan tentang pemberontakan beserta pemeriksaan informasi kuantitatif/statistik, beserta maksud teruntuk mencoba spekulasi yang telah ditentukan. Beserta cara ini, riset ini mempelajari pekerjaan-pekerjaan yang berhubungan beserta soal kuantitatif. Acquainted question yakni penyelidikan yang menyelidiki hubungan antara dua aspek atau harusnya Sugiyono, 2019. Dalam penyelidikan ini melalui beberapa tahapan yakni dimanfaatkan informasi melalui penyampaian survei, menganalisis informasi dan mencoba teori

Populasi dan Sampel

Sependapat beserta Sugiyono (2019), bahwasanya populasi yakni suatu wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan ciri tertentu yang ditentukan oleh para analisis teruntuk dipertimbangkan dan kemudian ditarik kesimpulannya. Melihat pengertian tersebut, maka populasi dalam soal ini menanyakan tentang yakni pemakai yang pernah berkunjung dan melaksanakan transaksi pembelian di Malang dan memfasilitasi kriteria sebagai partisipan yang ditentukan oleh analisis. Jenis populasi yang akan diteliti tidak terbatas, karena analisis tidak mengetahui secara pasti jumlah pembeli yang melaksanakan pembelian di Malang. jika populasinya terlalu besar, dan tidak mungkin bagi analisis teruntuk menyelidiki atau merenungkan segala sesuatu dalam populasi, karena terbatasnya waktu, energi dan simpanan sehingga dapat memanfaatkan tes yang ditentukan dari populasi. Populasi dalam riset ini yakni totalitas unit atau individu dalam riset ini yakni mahasiswa Universitas Islam Malang

Sependapat beserta Sugiyono (2019) sampel yakni sebagian dari jumlah dan ciri populasi. Jika populasinya besar dan analisis tidak memikirkan semua yang ada di populasi, karena terbatasnya waktu, sumber daya dan kemampuan, maka analisis dapat memanfaatkan tes yang diambil dari populasi. Kriteria pemeriksaan dalam soal ini yakni semua pembeli dan wanita ke atas yang mampu memfasilitasi kebutuhan penyelidikannya dan mengalihkan reaksi melihat pengalaman dan obyektif pada saat pembelian. Pembeli diposisikan sebagai pembuat keputusan ketika dimanfaatkan barang (Dalam penyelidikan ini, analisis akan mengalihkan survei kepada pembeli yang berbelanja. Tata cara penentuan jumlah tes dalam penyelidikan ini memanfaatkan persamaan Lemeshow sebagai perhitungan tes, karena populasi dalam hal ini risetnya tidak jelas, Strategi penentuan pengujiannya yakni beserta persamaan Lemeshow menurut Riyanto & Hatmawan (2020), perhitungan pengujian memanfaatkan persamaan pengujian dimanfaatkan teruntuk menghitung jumlah sampel beserta ukuran populasi yang belum diketahui secara pasti dan memanfaatkan persamaan tersebut. Dari persamaan di atas diambil estimasi pengujian beserta memanfaatkan persamaan Lemeshow beserta penilaian terbesar Salah satu prosedur pemeriksaan nonprobabilitas yakni pemeriksaan purposif. Penggunaan pemeriksaan purposive didasarkan pada kriteria tertentu, sedangkan kriteria partisipan yang dipilih dalam hal ini selidiki yakni pemakai yang telah lewat. jumlah indikator beserta 5, atau 5 x jumlah indikator 17. Sehingga didapatkan Hasil yakni 85

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Macam-macam informasi yang didapat dapat dimanfaatkan. Informasi penting biasanya dimanfaatkan melalui wawancara atau survei. Sumber informasi yang dimanfaatkan dalam riset ini yakni reaksi partisipan yang dimanfaatkan dari hasil survei sehubungan beserta Pengakuan Biaya. Kualitas Manfaat, Area, dan pilihan disampaikan kepada pengujian yang telah ditentukan sebelumnya, teruntuk klien tertentu yang telah melaksanakan pertukaran pembelian. Informasi tambahan yakni informasi yang dimanfaatkan dari organisasi atau orang. Informasi tambahan berupa sumber-sumber perpustakaan yang mendukung penyelidikan logis

dan dimanfaatkan melihat tulisan-tulisan penting seperti majalah, surat kabar harian, buku referensi, buku harian, artikel, website, serta berita melihat kondisi kerja yang berkaitan beserta dunia kerja. riset dan terkait pemanfaatan koordinasi beserta pemilik pada saat itulah dimanfaatkan informasi.

Strategi pengumpulan datanya yakni beserta mengajukan soal kepada partisipan melalui survei langsung, dimana informasi yang terkumpul kemudian dapat disiapkan dan mengalihkan data tertentu kepada analis. Dalam pemikiran ini, analis mengalihkan daftar soal tertutup dan terbuka kepada partisipan, yang kemudian diminta teruntuk menjumlahkan soal tertutup dan terbuka. Soal tertutup pada survei memperlihatkan soal yang harus dijawab oleh partisipan secara terorganisir, serta soal seputar reaksi yang telah dimanfaatkan sebagai soal terbuka yang dikomunikasikan secara tertulis. Dalam pemikiran ini dimanfaatkan skala likert sebagai alat ukur jawaban partisipan. Sugiyono (2018), skala Likert dimanfaatkan teruntuk menjangkau keadaan pikiran, anggapan dan penilaian manusia atau sekelompok orang tentang keajaiban sosial. Soal survei tertutup memanfaatkan skala Likert 1 sampai 5 beserta penjelasan bertahap. Jawaban setiap instrumen skala likert mempunyai derajat negatif hingga positif. Teruntuk keperluan penyelidikan kuantitatif, jawaban diberi skor sesuai Tabel. Senada beserta Sugiyono (2018), teruntuk mengetahui mencoba kondisi konsentrasi setiap aspek dapat ditentukan beserta cara menduplikasi skor tertinggi pada setiap aspek beserta jumlah item soal pada setiap aspek yang kemudian dipartisi menjadi 5 kategori yakni sebagai berikut. Melihat kategori-kategori tersebut, maka dapat dimanfaatkan teruntuk menentukan jumlah partisipan yang memfasilitasi kategori tersebut.

Metode Analisis Data

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Kewirausahaan	85	1.00	5.00	4.0471	.85955
<i>Family environment</i>	85	1.00	5.00	4.0559	.80028
Penggunaan Media Sosial	85	1.00	5.00	4.1744	.77990
Minat Berwirausaha	85	1.00	5.00	4.2076	.79821
Valid N (listwise)	85				

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji legitimasi dapat berupa pengujian yang menjangkau sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam melaksanakan pekerjaan pengukurannya. Atau dapat disebut suatu alat ukur dapat dinyatakan mempunyai legitimasi yang tinggi apabila alat ukur tersebut dapat melaksanakan pekerjaan pengukurannya atau dapat menghasilkan hasil pengukuran yang sesuai. Sependapat beserta Sugiyono (2019), menyatakan bahwasanya suatu sebaran disebut bermakna apabila penjelasan-penjelasan dalam survei tersebut mampu menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh survei tersebut. Jika r dihitung (tingkat sentralitas 5%). Jadi bisa disebut survei itu hal yang substansial. Dalam hal r dihitung teruntuk r Tabel (tingkat sentralitas 5%). Jadi bisa disebut survei tersebut tidak valid

b) Uji Reliabilitas

Sependapat beserta Ghazali (2016), uji kualitas tetap dimanfaatkan teruntuk menentukan apakah suatu survei tetap stabil jika dimanfaatkan harusnya dari satu kali teruntuk indikasi yang sama beserta alat ukur yang sama. Uji mutu yang teguh sendiri

sebenarnya yakni suatu alat teruntuk menjangkau suatu survey yang yakni penunjuk suatu aspek atau build. Suatu survei disebut padat atau padat bila jawaban partisipan pada artikulasi dapat diandalkan atau mantap sepanjang waktu. Jadi semakin tinggi tingkat keteguhan mutu suatu alat ukur, maka semakin mantap pula alat ukur tersebut. Jika nilai Cronbach's Alpha yang dihitung yakni 0,6, maka dapat disebut bahwasanya survei riset dapat diandalkan. Jika nilai Cronbach's Alpha yang dihitung yakni 0,6, maka dapat disebut bahwasanya survei soal tersebut tidak solid. Dalam hal ini, uji kualitas tetap melaksanakan beserta memanfaatkan SPSS dan dapat dilihat alpha Cronbach

Uji Normalitas

Sependapat beserta Ghazali (2016), uji kekhasan tersebut bermaksud teruntuk mencoba apakah dalam mencoba tersebut memperlihatkan, aspek-aspek yang membingungkan atau yang tersisa mempunyai sebaran yang biasa, suatu tayangan mencoba yang baik mencakup sebaran informasi yang khas. Contoh mencoba yang baik yakni beserta melaksanakan penyebaran informasi yang normal atau hampir normal memanfaatkan Kolmogorov-Smirnov. Jika kemungkinannya 0,05 maka data biasanya tersebar. Jika probabilitasnya 0,05 maka informasinya biasanya tidak tersebar

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Senada beserta Ghazali (2016), uji multikolinearitas bermaksud teruntuk mencoba apakah dalam mencoba memperlihatkan ditemukannya hubungan antar aspek otonom. Uji multikolinearitas melaksanakan beserta membandingkan nilai resistansi dan nilai pembengkakan fluktuasi (VIF) beserta nilai yang ditentukan. Nilai yang diinginkan teruntuk nilai resistansi harusnya besar dari 0,1, dan teruntuk nilai VIF kurang dari 10.

b) Uji Heteroskedastisitas

Senada beserta Ghazali (2016), uji heteroskedastisitas bermaksud teruntuk mencoba apakah dalam mencoba memperlihatkan adanya disparitas perubahan dari sisa imajinasi yang satu beserta imajinasi yang lain. Apabila perubahan imajinasi yang satu ke imajinasi yang lain terjadi secara konsisten maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Tes ini memanfaatkan tes Glejser, yang menghasilkan nilai tertinggi sisa beserta masing-masing 1 aspek otonom. Suatu tayangan disebut tidak mengandung heteroskedastisitas apabila probabilitas kepentingannya 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. apabila probabilitas kekeliruan yakni 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

a) Uji F

Tabel 4.9 Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1650.326	3	550.109	160.581	.000 ^b
Residual	277.486	81	3.426		
Total	1927.812	84			
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha					
b. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan, <i>Family environment</i>					

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Sependapat beserta Ghazali (2016), uji terukur F pada hakekatnya muncul apakah seluruh aspek bebas (free) yang dimasukkan dalam demonstrasi mempunyai dampak secara bersama-sama pada aspek terendah (terendah). Premis teruntuk membuat pilihan uji F yakni jika nilai sig. 0,05, atau F hitung F Tabel, maka terdapat hubungan sinkron aspek X pada aspek

Y. Apabila sig. 0,05, atau F hitung F Tabel, pada saat itu tidak ada hubungan aspek X sekaligus pada aspek Y

b) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 ^a	.856	.851	1.851
a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan, <i>Family environment</i>				

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Koefisien jaminan (R²) pada dasarnya menjangkau seberapa jauh kemampuan model dalam memperjelas varietas terendah. Koefisien jaminan penghargaan berada di antara dan 1. Nilai R² yang kecil memperlihatkan bahwasanya kapasitas aspek-aspek terendah sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 menyiratkan bahwasanya aspek bebas mengalihkan semua data yang diperlukan teruntuk meramalkan keragaman dalam aspek terikat Sugiyono (2019). Dalam riset ini dimanfaatkan Balanced R² yang berkisar antara dan 1. Semakin dekat nilai Balanced R² ke 1, maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan aspek terendah. Di sisi lain, jika nilai Balanced R² menjauh dari 1 maka kemampuan model teruntuk memperjelas aspek terendah menjadi berkurang

c) Uji t

Tabel 4.11 Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.978	1.628		2.443	.017
Pengetahuan Kewirausahaan	.138	.052	.118	2.633	.010
<i>Family environment</i>	.765	.102	.511	7.539	.000
Penggunaan Media Sosial	.445	.067	.435	6.689	.000
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha					

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Uji t terukur secara mendasar memperlihatkan seberapa besar hubungan suatu aspek otonom secara eksklusif dalam memperjelas keragaman dalam aspek terendahnya, Ghozali (2016). Pengujian ini melaksanakan beserta membandingkan hitung beserta tTabel atau beserta menganalisis sentralitas masing-masing hitung Sujarweni (2019). Dalam riset ini, uji t dua sisi (uji dua sisi atau 1 sisi) dimanfaatkan. Premis teruntuk membuat pilihan uji t yakni sebagai Jika nilai sig 0,05, atau hitung Tabel maka ada hubungan aspek X pada aspek Y. Jika nilai sig 0,05, atau hitung Tabel maka tidak ada hubungan aspek X pada aspek Y.

1. Dampak informasi berdagang pada minat berdagang mahasiswa.

Jadi, informasi berdagang dimanfaatkan dampak positif pada minat berdagang mahasiswa teruntuk membantu mahasiswa memperoleh peluang usaha, mengembangkan kemampuan administrasi, mengelola risiko, mendorong inovasi, meningkatkan motivasi dan memperkuat keyakinan dalam menghadapi tantangan dalam berdagang. Hal ini dapat dijadikan landasan yang kokoh bagi mahasiswa teruntuk memulai dan menjalankan usaha sendiri secara efektif.

Hasil riset ini sejalan beserta riset yang dimanfaatkan oleh Aisyah (2023) yang menyatakan bahwasanya informasi berdagang dimanfaatkan dampak positif dan sig pada minat berdagang mahasiswa muslim di FEBI Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

2. Dampak kondisi keluarga pada minat berdagang mahasiswa.
Jadi, kondisi keluarga dimanfaatkan dampak positif pada minat berdagang karena dimanfaatkan dukungan semangat, nilai-nilai pendidikan yang mendukung jiwa wirausaha, model peran yang memotivasi, sumber daya yang efektif seperti modal awal dan jaringan, serta dukungan finansial yang dapat memotivasi mahasiswa dalam memulai dan mengembangkan usahanya secara harusnya yakin dan efektif.
Hasil riset ini sejalan beserta riset yang dimanfaatkan oleh Indraswati (2021) yang menyatakan bahwasanya kondisi keluarga dimanfaatkan dampak positif dan sig pada minat berdagang mahasiswa di Universitas Mataram.
3. Dampak pemanfaatan media sosial pada minat berdagang mahasiswa.
Beserta demikian, pemanfaatan media sosial dimanfaatkan dampak positif pada minat berdagang mahasiswa karena memudahkan akses yang luas teruntuk memasarkan informasi dan peluang usaha, mendorong pengembangan jaringan dan komunitas yang berkelanjutan, efektif dalam pemasaran dan branding, dimanfaatkan wadah teruntuk memasarkan produk secara khusus, dimanfaatkan sumber daya pendidikan yang penting, serta dimanfaatkan inspirasi dan motivasi melalui kisah-kisah sukses dan konten motivasi lainnya. Hal ini dapat membantu mahasiswa memulai dan mengembangkan bisnis mereka secara harusnya efektif dan efisien.
Hasil riset ini sejalan beserta riset yang dimanfaatkan oleh Amalia (2022) yang menyatakan bahwasanya pemanfaatan media sosial memfasilitasi dampak positif dan sig pada minat mahasiswa dalam berdagang di Jakarta.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Riset ini bermaksud teruntuk mengetahui pengaruh wawasan berdagang, kondisi keluarga, dan pemanfaatan media sosial pada minat berdagang mahasiswa. Relawan yang dimanfaatkan yakni mahasiswa angkatan 2020 Sekolah Tinggi Agama Islam Malang yang telah lulus mata kuliah berdagang sebanyak 85 orang. Melihat data yang telah terkumpul dan pengujian hipotesis yang telah dimanfaatkan, dapat diringkas bahwasanya aspek wawasan berdagang mahasiswa, kondisi keluarga, dan media sosial secara bersama-sama bersinambung pada minat berdagang mahasiswa. Variabel wawasan berdagang bersinambung pada minat berdagang mahasiswa. Variabel kondisi keluarga bersinambung pada minat berdagang mahasiswa. Variabel media sosial bersinambung pada minat berdagang mahasiswa

Keterbatasan Penelitian

Batasan riset ini Strategi pengumpulan data yang dimanfaatkan hanya melalui pengumpulan sebaran. Namun, kendala riset ini dimanfaatkan sebaran yakni tidak dapat dimanfaatkan data yang harusnya mendalam yang dapat diperoleh dari masing-masing relawan. Riset ini hanya dimanfaatkan 4 aspek yakni wawasan berdagang, kondisi keluarga, pemanfaatan media sosial dan minat mahasiswa dalam berdagang. Dalam riset ini dibatasi pada 85 relawan dan dibatasi pada mahasiswa Angkatan 2020 Sekolah Tinggi Agama Islam Malang yang telah lulus mata kuliah berdagang, sehingga mengurangi generalisasi hasil riset ini.

Saran

Melihat batasan yang telah dijelaskan, peneliti dimanfaatkan Teruntuk membantu riset, disarankan teruntuk dimanfaatkan metode pengumpulan data yang menjamin keakuratan yang harusnya tinggi seperti wawancara langsung atau pengamatan. Teruntuk dorongan penyelidikan, disarankan teruntuk membuat beserta memanfaatkan aspek-aspek otonom lainnya seperti efikasi diri (Rendy, 2022), inspirasi berdagang (Noviantoro & Rahmawati, 2017), instruksi bisnis (Amalia, 2022) Teruntuk penyelidikan lanjutan, diharapkan jumlah tes dapat ditambahkan ke mahasiswa lain di Sekolah Tinggi Agama Islam Malang atau di kampus lain

DAFTAR PUSTAKA

- Aputra, A., Sukmawati, & Aziz, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *Universitas Muslim Indonesia*, 9(1), 106–125.
- Dianti, Y. (2024). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(01), 5–24.
- Mulawarman. (2020). *LITERASI MEDIA SOSIAL DALAM PEMASYARAKATAN MODERASI BERAGAMA DALAM SITUASI PANDEMI COVID 19*.
- Pratiwi, N. A. (2021). *Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas dan Bisnis Islam IAIN Parepare (Doctoral dissertation, IAIN Parepare)*. 2(2), 10–29.
- Qurratul Aini, F. O. (2020). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas komunikasi dan bisnis telkom university*. 17(2), 151–159.
- Rachmawati, H., Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 56. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v10i1.6236>
- Rachmawati, H., Subroto, W. T., Surabaya, U. N., & Surabaya, U. N. (2020). *Pengaruh lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa*. 2, 56–67. <https://doi.org/10.3360/ejpe.v10i1.6236>
- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–159. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845>
- Indriyani, I., & Subowo. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 470–484. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>