

**Analisis Peran Media Sosial Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha
Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah
UIN Raden Fatah Palembang**



**Oleh :
MERLAN AFANDI
1820602119**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
2022**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

*“Boleh pasrah tapi jangan menyerah dan teruslah berusaha”
(Merlan Afandi)*

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK:

Orang-orang terkasih, tersayang, dan tercinta (kedua orangtuaku, keluargaku, dan sahabat-sahabatku)

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Merlan Afandi' with a stylized flourish at the end.

(Merlan Afandi)

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kemajuan teknologi pada zaman sekarang mampu mempengaruhi setiap individu. Perkembangan dunia teknologi saat ini mengharuskan internet sebagai salah satu alat komunikasi, pertukaran data, dan media pencari informasi yang banyak diminati oleh setiap kalangan terutama generasi milenial. Dampaknya terjadi perubahan yang signifikan. Sehingga internet menjadi kebutuhan sehari-hari. Pengembangan kreativitas wirausaha mahasiswa melalui pemanfaatan media sosial diharapkan akan memberikan terobosan baru untuk mengubah pola pikir mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang untuk menjadi seorang wirausahaan muda.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dengan sumber data primer dan skunder. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa peran penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa sangatlah ramai maka dari itu sebagai generasi muda penerus bangsa mampu menciptakan lapangan pekerjaan setelah lulus dari perguruan tinggi dan mengurangi angka pengangguran yang tiap tahunnya bertambah.

Kata Kunci : Peran Media Sosial, Minat Berwirausaha, Mahasiswa

ABSTRACT

This research is motivated by technological advances in today's era that can affect every individual. The development of the world of technology today requires the internet as a means of communication, data exchange, and information seeking media which is in great demand by every group, especially the millennial generation. The impact is a significant change. So the internet has become a daily necessity. The development of student entrepreneurial creativity through the use of social media is expected to provide a new breakthrough to change the mindset of students of the Islamic Economics Study Program at Raden Fatah State Islamic University Palembang to become young entrepreneurs.

This type of research is a (Field Research), with primary and secondary data sources. While the data collection techniques are observation, interviews, and documentation. The data analysis technique in this research is descriptive qualitative.

From the results of this study it can be concluded that the role of using social media among students is very busy, therefore as the younger generation of the nation's successors are able to create jobs after graduating from college and reduce the unemployment rate which increases every year.

Keywords: *Role of Social Media, Interest in Entrepreneurship, Students.*

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi pada penelitian ini disajikan menggunakan Pedoman Transliterasi Arab-Latin bersumber pada ketetapan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I No.158 Tahun 1987 dan No.0543b/U/1987 yaitu sebagai berikut :

A. Konsonan

Huruf	Nama	Penulisan
ا	Alif	‘
ب	Ba	B
ت	Ta	T
ث	Tsa	<u>S</u>
ج	Jim	J
ح	Ha	<u>h</u>
خ	Kha	Kh
د	Dal	D
ذ	Zal	<u>Z</u>
ر	Ra	R
ز	Zai	Z
س	Sin	S
ش	Syin	Sy
ص	Sad	Sh
ض	Dlod	Dl
ط	Tho	Th

ظ	Zho	Zh
ع	'Ain	`
غ	Gain	Gh
ف	Fa	F
ق	Qaf	Q
ك	Kaf	K
ل	Lam	L
م	Mim	M
ن	Nun	N
و	Waw	W
ه	Ha	H
ء	Hamzah	‘
ي	Ya	Y
ة	Ta (marbutoh)	<u>T</u>

B. Vokal

Vokal Bahasa Arab sama halnya dalam bahasa Indonesia terdiri atas vocal tunggal (monoftong) dan vocal rangkap (diftong).

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dilambangkan dengan harakat.

Contoh :

Tanda	Nama	Latin	Contoh
أ	<i>Fathah</i>	A	مَنْ
إ	<i>Kasrah</i>	I	مِنْ

ا	<i>Dhommah</i>	U	رُفَح
---	----------------	---	-------

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dilambangkan atas gabungan harakat dan huruf. Contoh

Tanda	Nama	Latin	Contoh
ئِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai	كَيْفَ
ئَوْ	<i>Fathah dan waw</i>	Au	حَوْلَ

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang dilambangkan atas harakat atau huruf, pada transliterasi berupa huruf atau simbol (tanda). Contoh :

Tanda	Nama	Latin	Contoh	Ditulis
ما مي	<i>Fathah dan alif atau Fathah dan alif yang menggunakan huruf ya</i>	\bar{A}/\bar{a}	مَاثَا رَمِي	<i>Māta/ Ramā</i>
مي	<i>Kasrah dan ya</i>	\bar{I}/\bar{i}	قِيلَ	<i>Qīla</i>
مُو	<i>Dhammah dan waw</i>	\bar{U}/\bar{u}	يَمُوتُ	<i>Yamūtu</i>

D. Ta' Marbutah

Transliterasi Ta Marbutah diuraikan yaitu:

1. Ta Marbutah hidup atau yang berharakat fathah, kasrah dan dhammah sehingga transliterasinya adalah huruf t;
2. Ta Marbutah yang sukun (mati) sehingga transliterasinya berupa huruf h;

Kata yang diakhiri Ta Marbutah diiringi oleh kata sandang al dan bacaan kedua kata tersebut terpisah, maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh :

روضة الأطفال	Raudlatulathfāl
المدينة المنورة	Al-Madīnah al-munawwarah

E. Syaddad (Tasydid)

Syaddah atau tasydid ditransliterasikan dengan melipatgandakan penulisan huruf yang bertanda syaddah tersebut. Contoh :

ربنا = *Robbanā* نزل = *Nazzala*

F. Kata Sandang al

Diikuti oleh Huruf Syamsiah

Kata sandang yang diringi huruf syamsiah di transliterasikan bunyinya dengan huruf /l/ diganti dengan huruf yang tepat menyertainya. Pola yang digunakan terdapat dua yaitu:

Contoh :

	Pola Penulisan	
التواب	<i>Al-tawwābu</i>	<i>At-tawwābu</i>
الشمس	<i>Al-syamsu</i>	<i>Asy-syamsu</i>

Diikuti huruf Qomariah

Kata sandang yang diiringi huruf *qomariah* ditransliterasikan serasi dengan pedoman di atas dan dengan bunyinya.

Contoh :

	Pola Penulisan	
البديع	<i>Al-badī'u</i>	<i>Al-badī'u</i>
القمر	<i>Al-qomaru</i>	<i>Al-qomaru</i>

Catatan : Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qomariah*, kata sandang ditulis dengan terpisah dari kata yang mengiringinya dan dikasih tanda hubung (-).

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *opostrof*. Namun cuma berlaku pada *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Apabila terletak di awal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena pada tulisannya akan berupa *alif*.

Contoh :

تأخذون = *Ta'khuzūna* أمرت = *umirtu*

الشهداء = *Asy-syuhadā'u* فأتى بها = *Fa'tībihā*

H. Penulisan Huruf

Pada ketentuannya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf* ditulis terpisah. Hanya kata khusus yang penulisannya dengan huruf Arab sudahlazim dirangkaikan dengan kata-kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihapuskan. Sehingga penulisan kata dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengiringinya. Penulisan bisa memakai salahsatu dari dua pola berikut :

Contoh	PolaPenulisan
وإن لها لهو خير الرازيق	<i>Wainnalahālahuwakhair al-rāziqīn</i>
فأوفوا الكيل والميزان	<i>Faaufū al-kailawa al-mīzāna</i>

I. Huruf Kapital

Huruf Kapital Penggunaan huruf kapital sama dengan halnya yang berlaku dalam bahasa Indonesia (EYD), antara lain huruf kapital ditulis untuk huruf awal kalimat, awal nama dan awal nama tempat. Jika awal nama atau tempat diawali kata sandang *al*, maka yang ditulis dengan huruf kapital yaitu huruf awal nama, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

Kedudukan	Arab	Transliterasi
Awal kalimat	مَنْ عَرَفَ نَفْسَهُ	Man ‘arafa nafsahu
Nama diri	وَ مَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasūl
Nama tempat	مِنَ الْمَدِينَةِ الْمُنَوَّرَةِ	Minal-Madīnaṭil- Munawwarah
Nama bulan	إِلَى شَهْرِ رَمَضَانَ	Ilā syahri Ramaḍāna
Nama diri di dahului al	ذَهَبَ الشَّافِعِيُّ	Zahaba as-Syāfi’ī
Nama tempat di dahului al	رَجَعَ مِنَ الْمَكَّةِ	Raja’a min al Makkah

J. Penulisan kata Allah

Huruf awal kata Allah memakai huruf kapital jika kata itu berdiri sendiri. Jika kata Allah berhubungan dengan kata lain maka ada huruf atau harakat yang dihapuskan, sehingga huruf awalnya tidak memakai huruf kapital.

Contoh:

وَاللَّهُ = Wallāhu فِي اللَّهِ = Fillāhi
 مِنَ اللَّهِ = Minallāhi لِلَّهِ = Lillāhi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penelitian skripsi ini yang berjudul Analisis Peran Media Sosial Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah Palembang dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi.

Dalam penulisan skripsi ini, masih jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan ketebatasan pengetahuan yang dimiliki, oleh karena itu dalam rangka melengkapi kesempurnaan dari penulisan skripsi ini diharapkan adanya saran dan kritik yang diberikan yang bersifat membangun.

Pada kesempatan yang baik ini, tak lupa penulis menghaturkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan nasihat dan pemikiran dalam penulisan skripsi ini, terutama kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag, M.Si , selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
2. Bapak Dr. H. Heri Junaidi, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dr. Maftukhatusolikha, M.Ag, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Lemiyana, SE,.MSi , selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan penulisan skripsi ini.
5. Ibu Citra Lestari, SEI.ME , selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

7. Seluruh Responden yang bersedia memberikan informasi dan waktunya untuk membantu dalam penulisan skripsi ini.
8. Ayah, Ibu, dan saudara-saudaraku yang telah mendukung dan memberikan motivasi dan semangat.
9. Rekan-rekan seperjuangan Angkatan 2018 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
10. Almamaterku.

Akhirnya kepada semua pihak, penulis sertakan doa semoga Allah SWT membalas pahala kebaikan yang telah diberikan agar berlipat ganda dan berkenan memberikan banyak manfaat bagi pembacanya.

Palembang, 04 November 2022



Merlan Afandi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
PERNYATAAN KEASLIAN	II
HALAMAN PENGASAHAN	III
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	IV
NOTA DINAS.....	V
ABSTRAK	VI
PERDOMAN TRANSLITERASI	VIII
KATA PENGANTAR	XVI
DAFTAR ISI	XVIII
DAFTAR TABEL	XIX
DAFTAR GAMBAR	XX
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	16
D. Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Grand Teori	18
B. Minat	19
C. Wirausaha.....	22
D. Media Sosial.....	28
E. Kewirausahaan	32

	F. Penelitian Terdahulu	39
	G. Kerangka Berfikir.....	48
BAB III	METODE PENELITIAN	50
	A. Jenis penelitian dan pendekatan Penelitian	50
	B. Lokasi Penelitian.....	51
	C. Sumber Data.....	51
	D. Teknik Pengumpulan Data	52
	E. Instrument Penelitian	56
	F. Teknik Analisis Data	56
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
	B. Hasil Penelitian	62
	C. Distribusi Frekuensi	67
	D. Pembahasan	74
BAB V	PENUTUP.....	88
	A. Kesimpulan	88
	B. Saran.....	90
	DAFTAR PUSTAKA	91
	LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1	Mahasiswa yang Telah Menggunakan Media Sosial Untuk Berwirausaha.....	51
Tabel 3.2	Mahasiswa yang Telah Berwirausaha Tetapi Tidak Menggunakan Media Sosial untuk Berwirausaha.....	53
Tabel 3.3	Mahasiswa yang Tidak Berwirausaha Namun Berminat untuk Berwirausaha dengan Media Sosial	54
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2	Aktif Menggunakan Media Sosial	63
Tabel 4.3	Alasan Menggunakan Media Sosial	64
Tabel 4.4	Jenis-Jenis Media Sosial Yang Banyak Digunakan Dikalangan Mahasiswa	66
Tabel 4.5	Deskripsi Penilaian Responden Peran Penggunaan Media Sosial Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah pengguna internet di Indonesia	8
Gambar 2.1 kerangka Berfikir	48
Gambar 3.1 komponen Analisis Data.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin maju suatu negara dan semakin banyak orang yang terdidik, dunia wirausaha semakin dirasakan penting. Hal ini karena pembangunan akan lebih mantap jika ditunjang oleh wirausahawan yang andal. Wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha tersebut. Saat ini, kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan mutunya belum sepenuhnya baik, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan ¹

Banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga mereka kurang berminat terhadap profesi wirausaha, antara lain sifat agresif, ekspansif, suka bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah, dan sebagainya. Dalam hal ini seorang wirausaha harus mampu melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Pengertian wirausaha di sini menekankan pada setiap orang yang memulai sesuatu bisnis yang baru. Proses kewirausahaan meliputi semua kegiatan fungsi dan

¹ Rusdiana, *Kewirausahaan: Teori Dan Praktik*, Edisi Kedu. (Bandung: SETIA, CV PUSTAKA, 2018).

tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi.²

Kewirausahaan tertuang dalam Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM, Nomor: 06/Per/M.KUKM/VIII/ 2012 dengan harapan untuk mendorong dan mengakselerasi pemberdayaan UMKM serta meningkatkan daya saing. Usaha kecil merupakan tumpuan yang diharapkan untuk mengambil strategi dengan menjadikan usaha yang mandiri, sehat, kuat, berdaya saing serta mengembangkan diri untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta mendukung perluasan kesempatan kerja dalam mewujudkan demokrasi ekonomi. Peningkatan kualitas kelembagaan dilakukan secara berjenjang melalui upaya membangunkan (*awakening*), pemberdayaan (*empowering*), pengembangan (*developing*), penguatan (*strengthening*).³

Wirausaha merupakan salah satu bentuk implementasi untuk memenuhi tingkat kesejahteraan. Selain menguntungkan dari sisi ekonomi, sebagian besar kegiatannya juga sangat berperan dalam usaha memenuhi kebutuhan masyarakat banyak baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat lainnya dapat, membantu mengatasi permasalahan tenaga kerja walaupun kadangkala bersifat jangka pendek, atau sekedar tenaga musiman, akan tetapi cukup realistis jika diungkapkan bahwa wirausaha memiliki

² Dewi Sinta Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, “Buku Ajar Kewirausahaan Entrepreneur Agribusiness Start Your Own Buisness,” *Journal of Chemical Information and Modeling* 8, no. 9 (2017): 1–58.

³ sukirman, “Jiwa Kewirausahaan Dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan” 20, no. 1 (2017): 113–132.

banyak manfaat lain selain menyangkut nilai nominal, seperti kepuasan diri dan pencapaian tujuan personal yang telah dicapai pengusaha tersebut.⁴

Dalam hadis, Rasulullah SAW. bersabda, “Pedagang yang jujur dan tepercaya bersama-sama para Nabi, orang shadiqin, dan para syuhada” (*H.R. Tirmidzi dan Hakim*). Berdagang atau berbisnis harus dilandasi oleh kejujuran. Apabila orang berbisnis tidak jujur, tunggulah kehancurannya. Apabila jujur, ia mendapat keuntungan dari segala penjuru yang tidak ia duga sebelumnya. Hal itulah yang mendorong para remaja mulai tertarik dan melirik profesi bisnis yang cukup menjanjikan masa depan cerah. Dengan latar belakang profesi orangtua yang beragam, mereka mulai mengarahkan pandangannya pada bidang bisnis. Hal ini juga didorong oleh kondisi persaingan di antara pencari kerja yang mulai ketat. Lowongan pekerjaan mulai terasa sempit.⁵

Di Indonesia sendiri masih banyak orang berpendidikan dan bahkan bergelar sarjana sulit untuk mendapatkan pekerjaan. Dimana kondisi ekonomi saat ini sangat tidak stabil di akibatkan adanya pandemic covid-19 dan banyak terjadi PHK di perusahaan-perusahaan di Indonesia. Terdapat 19,10 juta orang (9,30 persen penduduk usia kerja) yang terdampak covid-19 (1,62 juta orang), bukan angkatan kerja karena covid-19 (0,65 juta orang), sementara tidak bekerja karena covid-19 (1,11 juta orang), dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena covid-19 (15,72 juta orang).⁶

⁴ kusumadewi ade nurhayati, “IMPLEMENTASI JIWA WIRAUSAHA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWI PURWAKARTA,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2 (2020): 87–94.

⁵ Rusdiana, *Kewirausahaan: Teori Dan Praktik*.

⁶ Badan Pusat Statistik, “Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sebesar 6,26 Persen,” *Bps.Go.Id*, last modified 2021, accessed April 11, 2022,

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan jumlah pengangguran di Indonesia ada sebanyak 8,40 juta orang per Februari 2022. Jumlah itu turun sekitar 350.000 orang dari posisi per Februari 2021 yang mencapai 8,75 juta orang.⁷

Oleh karena itu, Jiwa kewirausahaan dapat mendorong suksesnya seseorang terutama pada era globalisasi dan informasi karena kriteria yang dibutuhkan oleh pasar adalah para lulusan perguruan tinggi yang memiliki jiwa kewirausahaan. Krisis ekonomi menyebabkan jumlah lapangan kerja tidak tumbuh bahkan berkurang karena bangkrut. Hal ini menuntut para lulusan perguruan tinggi tidak hanya mampu berperan sebagai pencari kerja tetapi juga harus mampu berperan sebagai pencipta kerja.⁸

Menurut Wirasamita ,(2020) menyebutkan kewirausahaan dan wirausaha adalah segala kegiatan produksi yang dapat memanfaatkan sumber daya, teknologi, dan modal sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan, penghasilan, dan produk yang memang dibutuhkan masyarakat.⁹ Zimmerer (2001), menyatakan bahwa penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan merupakan peran universitas dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan disuatu negara. Maka pihak perguruan tinggi perlu menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan agar mahasiswa dapat dibekali dengan pengetahuan dan

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/05/05/1815/februari-2021--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-6-26-persen.html>,

⁷ Wahyu Putro A, “Angka Pengangguran Turun Pada Februari 2022, Tapi Belum Kembali Ke Level Pra Covid-19,” *KONTAN.CO.ID - JAKARTA.*, last modified 2022, accessed June 4, 2022, <https://nasional.kontan.co.id/news/angka-pengangguran-turun-pada-februari-2022-tapi-belum-kembali-ke-level-pra-covid-19>.

⁸ kusumadewi ade nurhayati, “IMPLEMENTASI JIWA WIRAUSAHA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWI PURWAKARTA.”

⁹ Nada Cania and Rosalina Dewi Heryani, “PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM,” no. October (2020): 91–101.

dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha. Selama ini pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi generasi muda dalam menumbuhkan dan mengembangkan jiwa berwirausaha.¹⁰

Program kewirausahaan dapat memberikan nilai manfaat yang besar dari konsep keilmuan, artinya secara langsung memotivasi civitas akademika melalui spirit kewirausahaan yang dipersepsikan dengan nilai-nilai yang terkandung di dalam kewirausahaan dapat membentuk cara berfikir kreatif, inovatif, dalam memotivasi kemandirian. Makna program kewirausahaan bagi mahasiswa yang memperoleh mata kuliah kewirausahaan dirasakan sangat bermanfaat, dapat memberikan pemahaman tentang kemandirian dan kreativitas sehingga wawasan dalam kewirausahaan mereka dapatkan baik keilmuan dan praktis.¹¹

Dunia saat ini telah memasuki revolusi industri 4.0, dimana semua lini kehidupan berbasis online. Perkembangan dunia teknologi saat ini mengharuskan internet sebagai salah satu alat komunikasi, pertukaran data, dan media pencari informasi yang banyak diminati oleh setiap kalangan terutama generasi milenial. Dampaknya terjadi perubahan yang signifikan. Sehingga internet menjadi kebutuhan sehari-hari. Namun demikian harus kita akui dan waspadai bahwa internet seperti pisau bermata dua, ada sisi positif dan sisi negatifnya yang dapat memberikan dampak bagi para penggunanya.

¹⁰ tangdialla randi Intan, tangkeallo dian, “Analisis Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja” 4, no. 2006 (2021): 74–79.

¹¹ Eswanto Sugeng Rahayu, Siti Laela, and Minat Berwirausaha, “Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa” 20, no. 03 (2018): 203–216.

Sebagai pengguna internet kita harus cerdas dan pandai dalam memanfaatkan serta mencari peluang. Salah satu cara memanfaatkan internet yaitu dengan menciptakan peluang bisnis yang ada dengan menggunakan media sosial. Dimana dengan menggunakan media sosial saat ini dapat membuka lahan bisnis yang berpotensi besar bagi para calon wirausaha dan wirausaha yang sudah menjalankan bisnisnya sehingga mampu meningkatkan nilai penjualan dan kinerja usahanya, serta memberikan banyak keuntungan.¹²

Era digitalisasi memberikan perubahan di berbagai aspek. Saat ini mungkin apapun bisa dikaitkan dengan internet. Mulai dari bermain, belajar, membaca, berbelanja, mengikuti berita terbaru, bersosialisasi, hingga membuka usaha pun bisa melalui internet. Kehadiran internet sudah memberikan perubahan secara menyeluruh terhadap cara hidup dan aktivitas manusia sehari-hari. Melalui internet, semua orang bisa dengan mudah mengakses kedunya global untuk mendapatkan berbagai informasi yang mereka butuhkan dalam segala kebutuhan sehari-harinya.¹³

Perkembangan teknologi informasi di dunia usaha sangat membantu para wirausaha dalam menjalankan usahanya, teknologi informasi memberikan informasi secara akurat, cepat dan tepat sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Hal ini dijadikan kesempatan atau peluang bagi sebagian individu untuk berbisnis.¹⁴ Tidak

¹² Cania and Heryani, "PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM."

¹³ Afif Nur Rahmadi, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRSAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI," *jurnal ekonomi kediri* 01, no. 02 (2016): 153–169.

¹⁴ kusumadewi ade nurhayati, "IMPLEMENTASI JIWA WIRSAUSAHA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA PADA MAHASISWI PURWAKARTA."

bisa dipungkiri bahwa perkembangan teknologi telah berhasil merubah lingkungan sosial masyarakat, begitupun kalangan muda (mahasiswa), kalangan muda saat ini lebih banyak berinteraksi dengan sesama kalangannya melalui jejaring sosial.¹⁵

Dengan berkembangnya teknologi, segala aspek kehidupan manusia menjadi lebih mudah. Khususnya terhadap perkembangan internet dan dunia maya, membuat batas-batas wilayah ataupun negara semakin lebih transparan, dikarenakan setiap orang bisa mendapatkan informasi dan berkomunikasi langsung dengan pihak lain di seluruh dunia dalam waktu yang bersamaan. Termasuk dengan berkembangnya media sosial berbasis internet, seperti facebook, whatsapp, instagram, youtube dan lain-lain. Mahasiswa sebagai bagian generasi muda, tentunya sudah sangat akrab dengan kegiatan yang menggunakan internet termasuk media sosial. Bahkan ada orang-orang yang setiap hari menghabiskan waktunya lebih banyak dengan berinteraksi di media sosial.¹⁶

Media sosial telah memicu optimisme tentang potensi manfaat sosial.¹⁷ penggunaan media sosial oleh pengusaha telah melampaui pemasaran dan sekarang digunakan dalam jaringan bisnis, pencarian informasi, dan *crowdfunding* untuk bisnis mereka. Hal ini menyebabkan dampak yang signifikan dengan peningkatan kinerja perusahaan dan peningkatan inovasi menjadi hasil yang penting.¹⁸

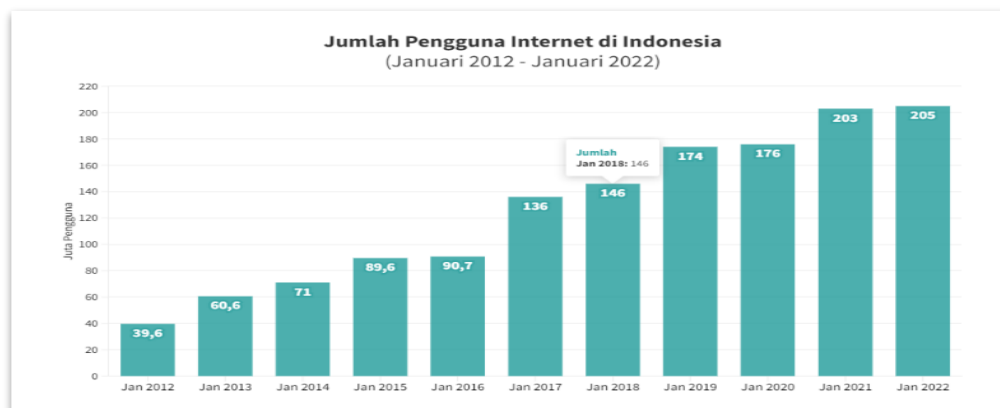
¹⁵ Ibid.

¹⁶ Sri Tomo, "ANALISA PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL , MOTIVASI DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UNTUK BERWIRAUSAHA (STUDI KASUS DI STMIK SINAR NUSANTARA" 3, no. 2 (2020): 87–91.

¹⁷ et al Allcott, Hunt, "The Welfare Effects of Social Media," *American Economic Review* 110, no. 03 (2020): 629–79.

¹⁸ Abdus Samad Temitope Olanrewaju et al., "Social Media and Entrepreneurship Research: A Literature Review," *International Journal of Information Management* 50 (February 1, 2020): 90–110.

Penggunaan jejaring sosial yang telah menjadi tren saat ini, membuat hampir disetiap tempat kita temui orang yang sedang menggunakannya. Begitu pula pada mahasiswa, hampir di setiap sudut kampus dengan mudah kita temukan mahasiswa yang sedang mengakses jejaring sosial, baik chatting, mengupload foto, sharing content, dan menonton video ataupun sekedar melihat foto. Jejaring sosial yang populer digunakan oleh mahasiswa seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan WhatsApp.¹⁹



Sumber : We are Social

Grafik 1.1

Jumlah pengguna internet di Indonesia

Tercatat sejak tahun 2012-2022 telah mengalami peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia. Jumlah ini akan terus meningkat tiap tahun nya pada tahun ini jumlah pengguna internet di dalam negeri telah meningkat lima kali lipat di bandingkan pada satu dekade lalu. Adapun lonjakan pengguna terjadi pada 2017 dimana jumlahnya menjadi 136 juta jiwa. We Are Social mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia

¹⁹ Haris Abd Kadir, “Analisis Jejaring Sosial Sebagai Media Untuk Minat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu” 6 (2019): 135–140.

telah mencapai 205 juta pada Januari 2022. Ini berarti ada 73,7% dari populasi Indonesia yang telah menggunakan internet.

Pengguna internet di Indonesia sangat menggemari media sosial dilihat dari data hasil riset DataReportal melalui suara.com yang dirilis Rabu, 23 Februari 2022, daftar media sosial paling populer di Indonesia, yang puncaknya diduduki oleh Youtube. Berikut adalah daftar media sosial paling banyak digunakan di Tanah Air yaitu : Youtube menduduki urutan pertama penggunaan media sosial mencapai 139 juta orang, diikuti oleh facebook mencapai 129.9 juta, Instagram 99,15, dan twitter 18,45 juta pengguna. Jika dilihat dari umur dan jenis kelamin, bahwa pengguna media sosial yang paling banyak digunakan oleh usia dari 16-64 tahun.²⁰

Media sosial sangat menarik karna menawarkan banyak kemudahan, komunikasi, dan kesenangan lain yang membuat setiap orang bersedia menggunakannya untuk waktu yang lama. Media sosial memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk terhubung satu sama lain, itu memudahkan untuk mempromosikan dan menjual produk tanpa harus bertemu secara langsung.²¹

Salah satu kelebihan media sosial adalah sifat distribusinya. Beragam informasi dan berita dapat tersampaikan keseluruh dunia hanya dalam hitungan detik. Hal ini membuat banyak orang kini lebih tertarik menggunakan media sosial untuk mengakses berita daripada membaca koran dan majalah. Akses informasi yang sangat cepat kini membuat media sosial menjadi semakin digemari dan mulai menggeser media

²⁰ Dicky Prasty, "Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022," *Suara.Com*, last modified 2022, accessed June 4, 2022, <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022?page=all>.

²¹ Ratna Sari Dewi, "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KREATIVITAS BERWIRUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG Ratna," *JUDIKA (JURNAL PENDIDIKAN UNSIKA)* 6, no. November (2018): 86–92.

massa yang berbentuk fisik seperti koran, tabloit, majalah, bahkan televisi. Sebagai gantinya, sebagian besar perusahaan media.²²

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi yang berbasis di internet, yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. Web 2.0 menjadi dasar dari platform media sosial. Media sosial ada dalam berbagai bentuk, termasuk *social network*, forum internet, *web blogs*, *social blogs*, *micro blogging*, *wikis*, *podcasts*, *gambar*, *video*, *rating*, dan *bookmark social*.²³

Dmengembangkan potensi bangsa. Semua sadar bahwa mereka yang hidup pada masa sekarang selalu menginginkan kehidupan yang lebih baik dari hari kemarin. Padahal, kehidupan masa sekarang merupakan hari kemarin bagi mereka yang hidup pada masa yang akan datang. Keadaan masa depan tidak mudah diramal, tetapi dapat dipastikan bahwa ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) merupakan sumber penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan kemajuan kehidupan masyarakat di sebagian besar negara dunia. Iptek dan perkembangannya akan menghasilkan hal-hal yang baru dengan laju yang pesat, baik berupa barang maupun jasa; layanan komunikasi baru tata cara kegiatan ekonomi. Dalam perkembangan demikian, tantangan masa mendatang adalah mengupayakan daya saing dan keunggulan kompetitif yang mengandalkan keterampilan dan kreativitas SDM, kemampuan teknologi, dan kemampuan manajemen dengan tetap memanfaatkan keunggulan komparatif yang telah dimiliki.²⁴

Pengembangan kreativitas wirausaha mahasiswa melalui pemanfaatan media sosial diharapkan akan memberikan terobosan baru untuk mengubah pola pikir mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Fatah

²²Jovan Kurbalija, *Sebuah Pengantar Tentang Tata Kelola Internet*, Cet. 1 (Jakarta, Apjii, 2011)1.

²³Gusti Ngurah Aditya Lesmana, (2017), “*Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA), Skripsi, (Tesis Magister, Universitas Indonesia), Hal 10-11, <https://docplayer.info/62234711/>

²⁴ Rusdiana, *Kewirausahaan: Teori Dan Praktik*.

Palembang untuk menjadi seorang wirausahaan muda. Wirausaha menjadi salah satu profesi sebelum dan sesudah lulus dari perguruan tinggi maka dari itu mahasiswa harus memahami setiap keadaan dalam berwirausaha seperti memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi. Untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses, mahasiswa harus mampu menggunakan internet untuk memperluas jaringan bisnisnya.

Sebagai intelektual muda, Sebagian besar mahasiswa sudah memiliki keterampilan informasi, dan teknologi (IT) di harapkan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang di hadirkan oleh media sosial. Memiliki media sosial telah merubah cara berpikir mahasiswa tentang berwirausaha, hal ini memudahkan untuk menjual produknya lebih luas dengan menggunakan media sosial, tanpa mengeluarkan biaya yang tinggi.²⁵

Kelebihan yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi salah satunya adalah proses pembelajaran yang lebih menekankan pada mahasiswa sebagai objek dan subjek pembelajaran (*student-centered learning*) disamping kesiapan tenaga pengajar dan fasilitas pendidikan yang dimiliki Perguruan Tinggi. Konsep pendidikan juga perlu didesain untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan dan peningkatan soft skills serta *success skills*, sehingga lulusan Perguruan Tinggi akan mempunyai karakter percaya diri yang tinggi, memiliki kearifan terhadap nilai-nilai sosial dan kultur bangsa, kemandirian serta jiwa kepemimpinan yang kuat.²⁶

Di era globalisasi saat ini *entrepreneurship* atau kewirausahaan sering diperbincangkan dalam berbagai forum dan media, telah berbagai macam pendidikan dan pelatihan terus menjadi menawarkan keterampilan untuk mengimplementasikan kepada masyarakat dengan luas. Kendalanya adalah tidak mudah melahirkan wirausaha terutama di masa kesenjangan sosial yang masih tinggi dan kontras akan kemakmuran masyarakat,

²⁵ Intan, tangkeallo dian, "Analisis Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja."

²⁶ kusumadewi ade nurhayati, "IMPLEMENTASI JIWA WIRUSAHA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWI PURWAKARTA."

dengan demikian kehadiran social entrepreneur menjadi solusi permasalahan sosial yang kompleks.²⁷

Kegiatan berwirausaha sudah bukan merupakan hal yang asing bagi mahasiswa di Indonesia sekarang ini. Namun demikian masih banyak mahasiswa yang masih belum berani secara langsung untuk memutuskan kegiatan wirausaha sebagai pilihan hidupnya setelah lulus kuliah atau menyelesaikan studinya di perguruan tinggi. Hal ini terjadi lebih sering karena pengaruh image atau citra di masyarakat, bahwa rangkaian kegiatan setelah seseorang menyelesaikan studinya di perguruan tinggi adalah mencari pekerjaan. Artinya menjadi seorang pegawai atau karyawan yang diharapkan sesuai dengan bidang yang telah dipelajarinya selama di bangku kuliah.²⁸

Setiap orang pasti memiliki kecenderungan terhadap sesuatu, begitu pula pada pekerjaan yang mereka senangi. Seseorang akan cenderung menetap pada suatu pekerjaan yang disukainya dengan kata lain orang tersebut memiliki minat terhadap apa yang dia kerjakan. Begitu pula dalam berwirausaha, setiap pelaku wirausaha memulai dengan memilih usaha sesuai minat dan bakat mereka. Minat ini pula yang selanjutnya mendorong pelaku usaha melihat kesempatan dalam setiap peluang, misalnya dalam penggunaan media sosial yang didominasi kalangan muda atau mahasiswa seharusnya dapat memanfaatkannya sebagai sarana promosi dan lapak untuk menjual dagangannya. Dengan banyaknya pengguna smartphone saat ini, tentu memudahkan penyampaian informasi yang berkaitan usaha yang akan mereka lakukan, hal ini juga lebih menghemat biaya dan waktu, sehingga membuka peluang usaha baru.²⁹

²⁷ Mahmuda Mulia Muhammad, "Social Entrepreneurship Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat Berdasarkan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah," *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum* 2, no. 2 (2020): 68.

²⁸ Bambang Satrionugroho and Sri Tomo, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi," *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKOMSiN)* 8, no. 2 (2020): 35–39.

²⁹ Kadir, "Analisis Jejaring Sosial Sebagai Media Untuk Minat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu."

Wirausahawan merupakan agen perubahan yang dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian, jika jumlah mahasiswa yang berwirausaha tinggi maka tingkat kesempatan kerja yang tersedia juga akan tinggi karena semakin tinggi jumlah mahasiswa yang berwirausaha maka semakin tinggi pula peluang kerja yang tersedia, akan banyak lapangan pekerjaan baru, hal ini memberikan kontribusi yang besar untuk membantu pemerintah mengurangi jumlah pengangguran.

Menurut Rahayu dan Laela (2018) minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (*self employed*) atau menjalankan usahanya sendiri. Minat wirausaha adalah keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut resiko yang dihadapi untuk lebih mengembangkan usaha yang diciptakannya serta kemauan untuk berkerja keras. Minat dalam berwirausaha ditunjukkan oleh kesediaannya untuk berkerja keras dan menerima berbagai risiko yang terkait dengan Tindakan yang diambilnya.³⁰

Minat wirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan risiko yang akan dihadapi, belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. Dalam kondisi perekonomian yang tidak stabil, terjadi krisis yang berkepanjangan, semakin sedikitnya lowongan dan lapangan pekerjaan. Dengan adanya hal tersebut dapat diupayakan untuk tumbuhnya minat wirausaha masyarakat, terlebih adanya ajakan dan dorongan untuk melakukan kegiatan mandiri dalam bentuk wirausaha. Melalui kegiatan wirausaha akan menciptakan daya tarik tersendiri bagi pemiliknya, daya tarik itu berupa keuntungan milik pribadi,

³⁰ Tio Prasetyo., "Analysis the Influence Use of Social Media, Intrinsic Motivation, and Entrepreneurship Knowledge on Student Entrepreneurial Interest," *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 18, no. 1 (2020): 35–46.

kebebasan melakukan usaha, dan punya kepuasan tersendiri atas prestasi atau hasil yang diperoleh dari usaha sendiri.³¹

Dengan adanya motivasi berwirausaha yang kuat dari mahasiswa tentunya dapat menambah jumlah wirausahawan muda di Indonesia. Kebanyakan orang yang berhasil mempunyai motivasi yang kuat yang mendorong tindakan-tindakan mereka. Motivasi berwirausaha juga menjadi suatu pendorong meningkatnya minat mahasiswa dalam berwirausaha. Tingkat keberhasilan berwirausaha tergantung seberapa besar motivasi yang ada di dalam diri mahasiswa tersebut. Jadi, semakin besar motivasi yang dimiliki seseorang, maka akan semakin besar pula usaha untuk mewujudkan tujuannya. Setiap tahun banyak mahasiswa yang lulus dari perguruan tinggi maupun swasta yang dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Hal ini harusnya dapat memberikan keuntungan besar untuk perekonomian di Indonesia. Namun masih banyak pengangguran di Indonesia karena kurangnya minat berwirausaha di dunia usaha.³²

Berdasarkan observasi awal terhadap mahasiswa program studi ekonomi syariah bahwasannya mereka adalah pengguna media sosial yang aktif dan eksis di era globalisasi ini. Dari hasil observasi tersebut peneliti menemukan permasalahan yang dihadapi Sebagian besar mahasiswa yaitu mahasiswa tertarik untuk berwirausaha dengan media sosial kan tetapi mereka terkendala di modal awal untuk memulai suatu usahanya tersebut.

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang adalah salah satu perguruan tinggi yang membekali para mahasiswanya untuk menjadi wirausaha. Khususnya mahasiswa program studi ekonomi syariah angkatan 2018 yang telah mendapatkan mata kuliah Kewirausahaan. Berbagai aktifitas telah dilakukan pada mata kuliah ini, mulai dari teori hingga praktek kewirausahaan di lapangan yang diharapkan dapat menjadi

³¹ Rahayu, Laela, and Berwirausaha, "Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa."

³² muthmainnah nurul, "PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITS MUSLIM INDONESIA," *universitas muslim indonesia* (n.d.).

wirausahawan muda yang bertalenta serta mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan menekan angka pengangguran terdidik di Indonesia.

Fenomena Pada penelitian ini adalah peneliti menemukan permasalahan yang dihadapi sebagian besar mahasiswa bahwasanya mahasiswa tertarik untuk berwirausaha dengan menggunakan media sosial akan tetapi mereka terkendala modal awal untuk memulai usaha. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat menangkap peluang ini mengingat di era digital saat ini semua sudah terkoneksi satu sama lain melalui media sosial. Sehingga diharapkan dengan meningkatnya minat berwirausaha, meningkat pula pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Untuk itu penanaman jiwa kewirausahaan pada mahasiswa merupakan suatu kegiatan yang bisa dinilai unggul. Karena dapat menghadirkan para wirausahawan muda yang bermanfaat. Dari mata kuliah kewirausahaan telah banyak memberikan pelajaran kreatifitas kepada para mahasiswa. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh dalam skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENUMBUHKAN MINAT BERWIRSAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH UIN RADEN FATAH PALEMBANG”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran penggunaan media sosial dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa program studi ekonomi syariah ?
2. Apa saja upaya dalam menumbuhkan minat wirausaha pada mahasiswa program studi ekonomi syariah ?
3. Apa saja yang dapat mendukung dan menghambat minat dalam berwirausaha mahasiswa program studi ekonomi syariah ?

C. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan

Tujuan penelitian ini dilakukan yaitu ;

1. Untuk mengetahui peran media sosial dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa program studi ekonomi syariah.
2. Untuk menganalisis upaya dalam menumbuhkan minat wirausaha pada mahasiswa ekonomi syariah dalam berwirausaha menggunakan media sosial.
3. Untuk mengetahui Apa saja yang dapat mendukung dan menghambat minat dalam berwirausaha mahasiswa program studi ekonomi syariah.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi pihak – pihak terkait, khususnya pada mahasiswa. Selanjutnya, untuk memberikan sumbangsih dalam rangka pengembangan jiwa kewirausahaan dikalangan mahasiswa pada umumnya yang pada akhirnya mampu melahirkan para wirausahawan muda yang handal.

b. Secara Praktis

Diharapkan bagi peneliti dari hasil penelitian ini adalah dengan format pembelajaran nilai-nilai kewirausahaan yang ditemukan, dapat digunakan sebagai acuan dalam pembinaan nilai kewirausahaan, khususnya sikap kemandirian bagi mahasiswa maupun masyarakat luas.

D. Sistematika Penulisan

Agar penulisan tersusun dengan sistematis dan mempermudah pembahasan maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN, Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah yang akan dibahas, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI, Bab ini berisi pembahasan mengenai kajian penelitian terdahulu, landasan teori, yang ditinjau dari perspektif Ekonomi dalam penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN, Bab ini berisi pembahasan penelitian dalam rangka mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang diajukan secara logis, empiris, dan sistematis

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, Bab ini membahas tentang hasil analisis data dan pembahasan hasil analisis data yang terkait dengan peran media sosial dan minat mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN raden Fatah Palembang.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN, Bab ini berisi kesimpulan tentang hasil penelitian dan jawaban dari rumusan masalah serta saran terhadap permasalahan-permasalahan yang diangkat penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Grand Theory

1. Theory Of Reasoned Actions (TRA)

Pada penggunaan teori TRA menjelaskan proses pengambilan keputusan individu dalam konteks sumber daya yang terbatas dan harapan sosial. Dalam hal ini tiap-tiap perusahaan memiliki harapan sosial yang tinggi untuk tetap bersaing mempertahankan eksistensinya, namun persiapan sumber daya juga sangat diperlukan untuk mewujudkan hal tersebut.³³

Theory of reasoned action (TRA) menjelaskan bahwa sikap individu mengarah pada perilaku yang terdiri dari kepercayaan dalam melakukan sebuah perilaku, penilaian dampak atas sebuah perilaku, norma subjektif dan motivasi. Sikap pada TRA didefinisikan sebagai perasaan positif dan negatif, suka atau tidak suka jika harus melakukan suatu perilaku tertentu.

TRA menyatakan bahwa perilaku individu ditentukan oleh minat berperilaku individu, sedangkan keputusan berperilaku ditentukan oleh sikap dan norma subjektif. Norma subjektif diartikan sebagai persepsi individu terhadap kepercayaan orang mempengaruhi dirinya dalam melakukan suatu yang masih meragukan atau dalam pertimbangan (Fishbein dan Ajzen, 1975). Penggunaan TRA untuk memprediksi minat perilaku harus dapat membedakan apakah perilaku yang dilakukan adalah perilaku sukarela atau tidak.³⁴

2. Theory Of Planned Behavior (TPB)

Theory Of Planned Behavior (TPB) merupakan teori perilaku yang direncanakan. Ajzen mengatakan bahwa "*Theory Of Planned Behavior* (TPB)

³³ Fitroh Rismy Farazila Economics Nsafe and Vol No, "Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, Strategi Dan Implementasi Teknologi Informasi Pada Audit Era Digital" 1, no. 2 (2021): 1-5.

³⁴ Romindo dan Mutaqqin, "E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya" (Medan: yayasan kita menulis), hlm. 87.

merupakan teori yang menjelaskan permasalahan-permasalahan apa yang membuat seseorang melakukan tindakan tertentu.³⁵

Teori ini dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1988 yaitu dengan menambahkan konstruk yang belum ada di *Theory of Reasoned Action* (TRA). Konstruk yang belum ditambahkan adalah kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) yang berguna untuk mengontrol perilaku individual yang dibatasi oleh kekurangan dan keterbatasannya dari sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilakunya.³⁶

Berdasarkan *Theory of planned behavior* (TPB) digunakan untuk menjelaskan perilaku seseorang dalam melakukan keputusan. Sehingga penelitian akan sejalan ketika menggunakan teori ini, dimana proses pengambilan keputusan individu dan persepsi individu terhadap kepercayaan orang mempengaruhi dirinya dalam melakukan suatu yang masih meragukan atau dalam pertimbangan untuk melakukan sebuah keputusan.

B. Minat

1. Pengertian Minat

Minat (*interest*) adalah rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya minat merupakan penerimaan akan suatu hubuga antara diri sendiri dengan sesuatu di luar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minatnya. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan adanya suatu hubungan antara diri sendiridengan yang ada diluar diri, semakin kuat dan dekat hubungan tersebutmaka semakin besar minat. Apabila seseorang telah melaksanakan kesungguhannya kepada suatu objek maka minat ini akan menuntun seseorang untuk

³⁵ Indyah Hartami Santi dan Bayu Erdan, "Technology Acceptance Model Penggunaanya Pada Analisis User Experience Dalam Penerimaan Sistem Informasi Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat," *yogyakarta:NEM*, no. hlm.9 (2021).

³⁶ Irwan, *Etika Dan Perilaku Kesehatan* (yogyakarta: Absolute Media, 2018).

memperhatikan lebih rinci dan mempunyai keinginan untuk ikut atau memiliki objek tersebut.³⁷

Menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarbrough (2007) wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya. Keberanian mengambil risiko sudah menjadi milik seorang wirausahawan karena ia dituntut untuk berani dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai perhatian di pasar, dan ini harus dilihat sebagai bentuk proses menuju wirausahawan sejati.³⁸

Stewart et al.(1998) menyatakan bahwa tumbuhnya minat berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang melibatkan berbagai faktor internal, faktor eksternal dan faktor kontekstual Faktor internal yang berasal dari dalam diri wirausahawan dapat berupa sifat-sifat personal, sikap, kemauan dan kemampuan individu yang dapat memberi kekuatan individu untuk berwirausaha. Faktor eksternal berasal dari luar diri pelaku entrepreneur yang dapat berupa unsur dari lingkungan sekitar seperti lingkungan keluarga, lingkungan dunia usaha, lingkungan fisik, lingkungan sosial ekonomi dan lain-lain.³⁹

Menurut Fatrika, et. al. (2009) minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir namun berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha meliputi karakteristik (jenis kelamin dan usia), lingkungan (lingkungan keluarga, lingkungan pendidikan, lingkungan masyarakat), kepribadian (*ektraversi*, *kesepahaman / Agreebleeness*,

³⁷ Afif Nur Rahmadi, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI," *jurnal ekonomi kediri* 01, no. 02 (2016): 153–169.

³⁸ Eswanto Sugeng Rahayu and Siti Laela, "Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa" 20, no. 03 (2018): 203–216.

³⁹ Komsu Koranti, "ANALISIS PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL DAN INTERNAL" 5, no. 1998 (2013): 8–9.

berani mengambil resiko, kebutuhan berprestasi dan independen, evaluasi diri serta *overconfidence* / kepercayaan diri yang lebih) dan motif.⁴⁰

Sedangkan menurut Djali (2013) juga menyatakan bahwa minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Djali juga menyatakan bahwa minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan minat akan hadir dan tercipta kemudian, artinya bisa diperoleh ketika sudah melakukan suatu hal atau kegiatan.⁴¹

2. Indikator Minat

Menurut Slameto (2010)⁴² beberapa indikator minat meliputi: perasaan senang, ketertarikan, penerimaan, dan keterlibatan. Dari indikator minat di atas, maka dalam penelitian ini indikator minat yang digunakan adalah sebagai berikut :

a). Perasaan senang

Seseorang yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap sesuatu maka akan terus mempelajari ilmu dalam berbagai hal yang di sukainya tanpa ada perasaan terpaksa.

b). Ketertarikan

Berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong untuk cenderung merasa tertarik pada orang atau benda. Kegiatan atau bisa berupa pengalaman di kegiatan itu sendiri.

c). Keterlibatan

⁴⁰ Afif Nur Rahmadi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri I."

⁴¹ kusumadewi ade nurhayati, "Implementasi Jiwa Wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2 (2020): 87–94.

⁴² Ajeng Rahayu, "MINAT BERWIRUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI BANDUNG ANGGARAN 2013 & 2014," *Journal of Geotechnical and Geoenvironmental Engineering ASCE* 120, no. 11 (2015): 259.

Ketertarikan seorang akan suatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang atau tertarik untuk melakukan kegiatan tersebut.

d).Perhatian

Merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa terhadap pengalaman dan pengertian dengan mengesampingkan yang lain dari pada ini.

Menurut Puji (2014)⁴³, dalam meningkatkan minat diperlukan ketertarikan serta keinginan yang kuat untuk menumbuhkan motivasi dan sikap kewirausahaan dalam diri mahasiswa :

a).Motivasi

Dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertingkah laku untuk mencapai suatu hal tertentu.

b).Sikap kewirausahaan

Kecenderungan berpikir (kognitif), merasa (afektif), dan berperilaku (konatif) dari karyawan dalam bekerja yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi, memberikan pelayanan baik atau memperoleh keuntungan yang lebih besar

C. Wirausaha

1. Pengertian Wirausaha

Wirausahawan adalah seseorang yang mengembangkan produk baru atau ide baru dan membangun bisnis dengan konsep baru. Dalam hal ini, menuntut sejumlah kreativitas dan sebuah kemampuan untuk melihat pola-pola dan trend-trend yang berlaku untuk menjadi seorang wirausahawan. Namun, masih banyak yang

⁴³ PUJI WINARSIH, "MINAT BERWIRAUSAHA DITINJAU DARI MOTIVASI DAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA ANGKATAN 2011/2012," *JURNAL PUBLIKASI 1*, no. hal 140 (2014): 43, <http://www.springer.com/series/15440%0Apapers://ae99785b-2213-416d-aa7e-3a12880cc9b9/Paper/p18311>.

kurang kreatif dan tidak berani mengambil resiko untuk membuka dan mengelola usaha. Kreatif dan keberanian mengambil resiko merupakan kepribadian wirausaha. Beberapa kepribadian wirausaha lainnya seperti percaya diri, berorientasi pada hasil, kepemimpinan, kerja keras, dan masih banyak lagi, akan mendukung terbentuknya sumberdaya manusia yang mampu mengelola usaha.⁴⁴

Adapun beberapa pendapat para ahli yang mengenai pengertian wirausaha diantaranya sebagai berikut :

- 1) Menurut (Bygrave,1994). wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Pengertian wirausaha di sini menekankan pada setiap orang yang memulai sesuatu bisnis yang baru. Proses kewirausahaan meliputi semua kegiatan fungsi dan tindakan ntuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi.⁴⁵
- 2) Menurut Kasmir(2006), secara sederhana arti wirausahawan (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.⁴⁶
- 3) Menurut Scwab, (2010), bahwa wirausahawan sosial memiliki peranan pentig untuk berbagi dalam krisis ekonomi saat ini. Melalui kewirausahaan sosial, masalah krisis keuangan dapat dipecahkan bahkan dapat memajukan pembangunan perekonomian khususnya di Asia dengan cara memaksimalkan peran masyarakat dan lingkungan melalui model bisnis yang inovatif dan efektif.⁴⁷

⁴⁴ eka apriliaty, "PENGARUH KEPERIBADIAN WIRAUSAHA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, DAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA SMK," *jurnal pendidikan vokasi* 2, no. 3 (2012): 311–324.

⁴⁵ Aris Slamet Widodo, *Kewirausahaan*, pertama. (yogyakarta: jaring inspiratif, 2012).

⁴⁶ Fikri Maulana, "Pendidikan Kewirausahaan Dalam Islam," *IQ (Ilmu Al-qur'an): Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 01 (1970): 30–44.

⁴⁷ Akmalur Rijal, "Kewirausahaan Sosial Di Indonesia (Apa , Mengapa , Kapan , Siapa Dan Bagaimana)," *Meraja Journal* 2, no. 3 (2019): 25–40.

2. Minat Wirausaha

Minat berwirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (*self employed*) atau menjalankan usahanya sendiri. Minat wirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan risiko yang akan dihadapi, belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macammacam risiko berkaitan dengan tindakan yang dilakukannya.⁴⁸

Minat berwirausaha merupakan ketertarikan dalam hati ataupun kecenderungan dalam diri seseorang membuat suatu usaha dan mengatur, mengorganisir hingga dengan berani menanggung risikoserta mengembangkan usaha yang dibangunnya sendiri. Dimana timbulnya suatu kegiatan usaha bisa berasal dari kemauan seseorang untuk berwirausaha.⁴⁹

Menurut Yanto (2018) minat wirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Dengan kata lain minat wirausaha dapat diartikan pula sebagai ketersediaan seseorang melakukan usaha untuk memperbaiki kualitas hidup.⁵⁰

Minat berwirausaha muncul karena didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha yang kemudian dilanjutkan pada suatu kegiatan

⁴⁸ Rahayu and Laela, "Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa."

⁴⁹ M. Trihudyatmanto, *Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Gender*, dalam Jurnal PPKM, Vol. 06, No. 02, hlm 95

⁵⁰ Muhammad Rachman Mulyandi and Veny Anindya Puspitasari, "Industri Kreatif, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan," *National Conference of Creative Industry*, no. September (2018): 5–6.

berpartisipasi untuk memperoleh pengalaman dimana akhirnya muncul kegiatan untuk melakukan kegiatan tersebut (Yekti Prasetyani, 2008).⁵¹

Berdasarkan pengertian diatas tentang minat dan berwirausaha dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah ketertarikan dalam hati ataupun kecenderungan dalam diri seseorang yang memiliki keberanian membangun suatu usaha dan mengembangkan usahanyatersebut dengan mengelola sumber daya yang ada demi mencapai tujuan yang diinginkan.

3. Indikator Minat Wirausaha

Untuk mengetahui kondisi minat berwirausaha seseorang dapat diukur menggunakan indikator (Hassan,2020)⁵² sebagai berikut:

a). Kesiapan untuk menjadi wirausaha

Untuk menjadi seorang wirausaha harus siap menanggung resiko yang akan di hadapi, siap untung mesti juga harus siap rugi.

b). Professional untuk menjadi wirausaha

Berwirausaha sepenuh hati dengan komitmen dan tanggung jawab yang tinggi.

c). Tekad wirausaha

Dengan memiliki tekad yang besar seorang entrepreneur akan bisa melewati semua tantangan dan hambatan dengan lancar.

Sedangkan menurut (Yuhendri,2016)⁵³ ada beberapa indikator minat berwirausaha yaitu:

a). Membuat pilihan pekerjaan

⁵¹ kusumadewi ade nurhayati, "IMPLEMENTASI JIWA WIRAUSAHA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWI PURWAKARTA."

⁵² Aamir Hassan et al., "Entrepreneurial Intention of Indian University Students: The Role of Opportunity Recognition and Entrepreneurship Education," *Education and Training* 62, no. 7-8 (2020): 843-861.

⁵³ Yuhendri L.V, "Pengaruh Kebutuhan Akan Prestasi, Lokus Kendali, Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang," *Jurnal Penelitian Pendidikan* 14, no. 1 (2016).

- b). Merasa tertarik untuk berwirausaha
- c). Merasa senang untuk berwirausaha
- d). Berkeinginan untuk berwirausaha
- e). Berani mengambil risiko untuk meraih sukses.

4. Alasan Menumbuhkan Minat Berwirausaha

Tumbuhnya minat berwirausaha akan meningkatkan jumlah wirausaha. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan tumbuhnya minat berwirausaha seseorang, maka seseorang itu harus mengetahui manfaat dari berkewirausahaan terlebih dahulu. Menurut Vanesaar (dalam Uswaterrasul dan Sisilia, 2015)⁵⁴, bahwa umumnya orang berminat membuka usaha sendiri karena beberapa alasan berikut ini:

- a). Mempunyai kesempatan untuk memperoleh keuntungan karena dengan membuka usaha sendiri seorang wirausaha dapat mengatur keuntungan dalam penjualan sendiri.
- b). Memenuhi minat dan keinginan pribadi. Apabila seseorang sudah memiliki minat dan keinginan dalam dirinya sendiri maka tidak ada alasan orang tersebut tidak membuka usaha sendiri karena dengan berwirausaha seseorang dapat menerapkan kemampuan dan potensi dalam diri secara langsung pada usahanya.
- c). Membuka diri untuk berkesempatan menjadi bos bagi diri sendiri. Dengan membuka usaha maka tidak perlu khawatir untuk diatur oleh atasan atau terikat oleh suatu aturan.
- d). Adanya kebebasan dalam manajemen. Kebebasan dalam manajemen disini dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keperluan pada saat membuka usaha sendiri.

⁵⁴ Yahya Uswaterrasul and Kristina Sisilia, "ANALISIS MINAT DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA MAHASISWA (Studi Pada Program Studi Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2011) ANALYSIS OF STUDENT ' S ENTREPRENEURIAL INTENTION AND ENTREPRENEURIAL MOTIVATION (A Study on Business Administration Study," *e-Proceeding of Management* 2, no. 3 (2015): 3586–3596.

Seorang wirausaha dapat mengatur manajemen sesuai dengan keinginannya dan keperluan dalam usahanya.

5. Faktor-Faktor Minat Berwirausaha

Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha menurut Kadarsih (dalam nurul 2013)⁵⁵, adalah sebagai berikut:

1) Factor efikasi diri

Cita-cita, semangat bekerja, serta tekun dan ulet termasuk dalam efikasi diri karena seseorang yang mempunyai keyakinan terhadap kemampuan dirinya maka akan berusaha keras dengan semangat, tekun dan ulet untuk mencapai apa yang dicita-citakannya.

2) Factor kebebasan bekerja

Keinginan untuk bebas dalam menjalankan pekerjaan dengan caranya sendiri, bebas bekerja tanpa terikat waktu dan bebas dari aturan kerja yang mengikat adalah faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Kebebasan lain yang diinginkan dalam bekerja adalah kebebasan dalam mendapatkan pendapatan yang sesuai dengan jerih lelah dan usahanya. Besarnya pendapatan yang diterima harus sebanding dengan intensitas pekerjaan yang telah dikerjakan.

3) Factor visioner

Seorang pekerja keras yang juga mempunyai kepandaian dalam membuat keputusan merupakan gambaran dari pribadi yang mempunyai pemikiran jauh kedepan. Faktor ini dinamakan visioner karena seorang visioner mempunyai tujuan mendasari setiap tindakannya.

4) Factor keahlian

Faktor ini dinamakan keahlian karena keahlian mempunyai bidang yang luas, didalamnya terdapat keahlian dalam menemukan peluang, keahlian dalam bentuk

⁵⁵ Nurul Fitriah, "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–1699.

keterampilan dan keahlian dalam mengelola uang. Kemampuan yang dimiliki seseorang dalam menemukan peluang usaha akan memicu seseorang untuk memulai suatu bisnis baru.

5) Faktor ketersediaan modal dan lingkungan sosial

Faktor lingkungan sosial ini meliputi pekerjaan masyarakat di sekitar tempat tinggal dan profesi teman yang memotivasi timbulnya minat berwirausaha. Lingkungan sosial yang mayoritas para wirausahawan akan sangat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang karena lingkungan sosial tersebut akan membawa seseorang untuk membangun suatu jaringan yang dapat membantunya dalam proses memulai usaha.

6) Factor kontekstual

Faktor ini dinamakan kontekstual karena didalamnya terdapat pernyataan yang berhubungan makna kewirausahaan sesungguhnya. Faktor ini berhubungan dengan lingkungan tempat tinggal, dukungan akademik melalui mata kuliah kewirausahaan, serta dukungan pemerintah dan swasta melalui program-program kewirausahaan.

7) Faktor persepsi terhadap figur wirausahawan

Faktor ini dinamakan persepsi terhadap figur wirausahawan karena didalamnya terlibat beberapa orang yang berprofesi sebagai wirausahawan. Figur wirausahawan yaitu orang tua, teman dan wirausahawan-wirausahawan yang telah dikenal.

D. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memiliki berbagai fungsi dalam peran nya. Media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sarana bagi penggunanya untuk menggali berbagai informasi. Definisi media sosial tidak serta merta mewakili ide takberdasar yang diadvokasi oleh para ahli. Media sosial berperan dan mempengaruhi kehidupan

masyarakat, media sosial harus menjaga fungsi dan tujuan dari media sosial itu sendiri dan dirancang untuk membantu kehidupan setiap orang.

Seperti yang dikemukakan oleh Cross (2013), “media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis *web*”.⁵⁶

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)⁵⁷.

Menurut Kotler dan Keller (2016) 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.⁵⁸

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

⁵⁶ Michael Cross, “Social Media Security: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk,” *Social Media Security: Leveraging Social Networking while Mitigating Risk* (January 1, 2013): 1–328.

⁵⁷ Putu Agus Eka Pratama I SM, *Smart City Beserta Cloud Dan Teknologi Pendukung Lainnya* (Bandung: informatika, 2014).

⁵⁸ Rahayu and Laela, “Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa.”

kesempatan orang-orang untuk terhubung di dunia online dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis.⁵⁹

Dapat disimpulkan bahwasannya penggunaan media sosial merupakan suatu kegiatan yang sangat penting pada saat ini karna adanya media sosial kita mampu berinteraksi dengan orang terdekat tanpa harus menemuinya secara langsung, berbagi informasi, bahkan berwirausaha di dalam media sosial, dalam hal ini kita sebagai mahasiswa harus mampu menguasai segala bentuk media sosial agar menciptakan suatu terobosan yang inovatif dan kreatif dalam suatu usaha tertentu.

2. Peran Media Sosial

Media sosial memiliki peran yang sangat penting bagi kehidupan manusia, didalam aktivitas sehari-hari tentunya semua orang menggunakan media sosial mencari informasi, menambah wawasan, memudahkan seseorang untuk berkomunikasi, berbagi informasi bahkan berwirausaha dan masih banyak hal lainnya.

Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia tentunya membuka peluang untuk mengoptimalkan keberadaan media sosial sebagai media komunikasi. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana menggunakan media sosial untuk berkomunikasi secara efektif di masyarakat, baik dalam bidang pemasaran, bidang politik, maupun dalam bidang pembelajaran.

Dalam hal ini media sosial yang sering digunakan di lingkungan mahasiswa bisa menjadi terbosan untuk merubah pola pikir mereka dalam berwirausaha. Dikarenakan peran media sosial dalam meningkatkan kinerja dunia

⁵⁹ Hawik Ervina Indoworo, "Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media," *Jurnal Informatika Upgris* 2, no. 1 (2016): 45–55.

bisnis sudah semakin diakui. Sehingga akan meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha dengan kemudahan yang ditawarkan.⁶⁰

Dengan berbagai macam media sosial yang ada dan kemudahan membuat akun, media sosial telah menjadi media pilihan untuk mengekspresikan diri dan mencari informasi untuk mahasiswa melalui media sosial. Oleh karena itu media sosial sangat efektif bila dilakukan dengan pengetahuan yang telah dimiliki penggunanya dan dapat menumbuhkan keinginan mahasiswa dalam berwirausaha.

Mulyadi dan Puspitasari (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan pengguna *platform* media sosial membuat banyak orang terpacu ide kreatifnya untuk mencari sumber penghasilan. Mereka memasarkan aneka produk kreatif dengan memanfaatkan jejaring pertemanan yang mereka miliki. Beragam produk, mulai dari *fashion*, perhiasan, sampai makanan dalam kemasan, ditawarkan di sana. Dengan demikian jelas terlihat bahwa peranan media sosial di dalam industri kreatif berpengaruh kepada tumbuhnya minat wirausaha seseorang.⁶¹

Mudahnya akses internet baik melalui wifi ataupun perangkat gadget memudahkan masyarakat untuk memberikan informasi mengenai suatu produk atau jasa yang dicari. Oleh karena itu, dengan modal yang relatif kecil kegiatan pemanfaatan media sosial merupakan suatu solusi yang dapat digunakan untuk membantu dalam kegiatan jual-beli barang atau jasa melalui penyebaran pesan yang disampaikan kepada khalayak.⁶²

3. Jenis-Jenis Media Sosial

Dalam buku yang berjudul *Media Sosial* (Nasrullah, 2015) ada enam kategori besar media sosial.;

⁶⁰ Bambang Satrio Nugroho and Sri Tomo, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi," *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKOMSiN)* 8, no. 2 (2020): 35–39.

⁶¹ Mulyandi and Puspitasari, "Industri Kreatif, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan."

⁶² Kusumadewi Ade Nurhayati, "IMPLEMENTASI JIWA WIRUSAHA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWI PURWAKARTA."

- a. *Social Networking* *Social networking* merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia *virtual*. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunaanya membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.
- b. *Blog* adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.
- c. *Microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara *historis*, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.
- d. *Media Sharing* Media sosial ini memungkinkan penggunaanya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online. Contoh dari media.⁶³

E. Kewirausahaan

1. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.⁶⁴

⁶³ Nasrullah, *Media Sosial* (jakarta kencana, 2015).

⁶⁴ Nur Fauziah, "EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syariah PERAN GENERASI MILENIAL DALAM KEWIRAUSAHAAN YANG BERBASIS NILAI-NILAI ISLAM," *Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2020): 93–108, accessed June 6, 2022, <http://ejournal.stainim.ac.id/index.php/ekosiana>.

Kewirausahaan secara epistemologi adalah padanan kata yang diambil dari kata Entrepreneurship dalam Bahasa Inggris, unternehmer dalam bahasa Jerman, ondernemen dalam Bahasa Belanda, sedangkan bahasa yang digunakan di Indonesia adalah kewirausahaan. Kata entrepreneur sebenarnya berasal dari bahasa Prancis yaitu *entreprede* yang berarti petualang, pengambil resiko, pengusaha (orang yang mengusahakan suatu pekerjaan tertentu), dan pencipta dengan menjual hasil karya ciptaannya.

Menurut Zimmerer (2016), “Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara produk baru”.⁶⁵

Kewirausahaan menurut Anwar Muhammad (2014) berasal dari dua kata *Wira* artinya pahlawan, laki-laki, perwira dan *usaha* artinya perbuatan atau prakarsa, ihtiar daya upaya Demi mencapai maksud yang diinginkan.

Kewirausahaan menurut Daryanto (2012:02) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya mencari peluang sebagai sumber mencapai tujuan sukses.⁶⁶

Dari beberapa penjelasan, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan mereka yang memiliki keberanian untuk menciptakan hal baru yang berbeda dan memngambil berbagai risiko untuk mencapai keuntungan yang lebih besar.

2. Kepribadian Wirausaha

Ada beberapa beberapa definisi untuk menjelaskan kepribadian. Salah satunya adalah definisi ahli teori, yang menyatakan bahwa kepribadian adalah bagian dari orang yang mencerminkan dan mengekspresikan sifat dan karakter orang

⁶⁵ dwi wahyu pril Ranto, “Membangun Perilaku Entrepreneur Pada Mahasiswa Melalui Entrepreneurship Education,” *Jbma* 3, no. 1 (2016): 79–86.

⁶⁶ kusumadewi ade nurhayati, “IMPLEMENTASI JIWA WIRUSAHA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWI PURWAKARTA.”

tersebut. Kepribadian tidak mencirikan semua orang, tetapi kepribadian adalah orang itu sendiri. Wirausaha perlu proaktif, yaitu memiliki sifat dan karakter mampu mengamati, memiliki pemikiran yang matang, dan mencari solusi untuk menghadapi dalam menyelesaikan masalah. Ada beberapa kepribadian yang harus dimiliki oleh wirausahawan;

a. Jiwa kewirausahaan

Ada beberapa definisi yang menjelaskan tentang kepribadian, salah satunya merupakan definisi dari teoritikus yang menjelaskan bahwa kepribadian merupakan bagian dari seseorang yang mencerminkan dan mewakili sifat dan wataknya. Kepribadian bukan sebuah hal yang hanya membedakan setiap orang, tapi kepribadian merupakan diri orang itu sendiri. Seorang wirausahawan harus mempunyai sifat maupun watak yang dapat melihat ke depan yakni mengamati, berpikir dengan penuh perhitungan, mencari solusi untuk mengatasi dan memecahkan masalah. Ada beberapa kepribadian yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan yaitu sebagai berikut :⁶⁷

b. Percaya Diri

Kepercayaan diri merupakan prinsip keyakinan yang tumbuh dan berkembang dalam diri seseorang setelah mengukur kemampuan yang dimiliki seseorang. Seorang wirausahawan harus memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Pada saat seseorang menjual produk yang diciptakannya, percaya diri merupakan aspek utama yang sangat penting untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan baik serta dapat meyakinkan konsumen. Jika seseorang yang baru terjun dalam dunia wirausaha tidak memiliki sifat percaya diri yang tinggi, kebanyakan wirausahawan tersebut akan ragu untuk melangkah kedepan dan usahanya cenderung tidak berkembang. Sebaliknya, jika seorang wirausahawan muda memiliki rasa percaya diri yang tinggi, maka ia akan berani

⁶⁷ and I. Ni Luh Gede Erni Sulindawati Yuniarta, Gede Adi, *Kewirausahaan Dan Aspek-Aspek Studi Khalayak Bisnis Usaha* (yogyakarta: graha ilmu, 2015).

mengambil kesempatan dan membuat usahanya berkembang pesat. Salah satu hal yang dapat menaikkan tingkat kepercayaan dirinya adalah dengan menerima dan mensyukuri seluruh anugerah yang telah diberikan Tuhan kepadanya dan orang tersebut harus yakin pada dirinya sendiri bahwa dia dapat melakukan banyak hal apabila dipersiapkan dengan matang.

c. Merujuk Pada Tujuan Akhir

Semua orang pasti memiliki tujuan yang ingin dicapainya. Tetapi tidak semua orang berusaha untuk mencapai tujuan. Dalam berwirausaha, seorang wirausahawan harus membuat target yang harus dicapainya. Seorang wirausahawan biasanya membuat visi dan misinya dan berusaha dengan sungguh – sungguh untuk mencapai apa yang telah ditargetnya untuk menuju kesuksesan. Namun jalan menuju sukses tidak mudah, seorang wirausahawan terkadang harus melakukan banyak pekerjaan yang membutuhkan banyak waktu dan tenaga. Tetapi seseorang wirausahawan yang ingin mencapai kesuksesan akan bersedia berproses dan menjalani hal – hal pahit hingga tujuannya tercapai.

d. Gigih

Sifat pantang menyerah juga harus dimiliki oleh seorang wirausahawan, ia membutuhkan sifat semangat dan pantang menyerah untuk berinovasi dan menciptakan produk – produk yang berbeda karena itu sangat sulit. Tingkat kegigihan seorang wirausahawan dapat dilihat dari kemampuannya dalam bertahan di situasi sulit. Kemampuan ini dikenal dengan *Adversity Intelligence* dan tingkat penguasaannya dikenal dengan *adversity quotient (AQ)*.

e. Berani Mengambil Risiko

Berani mengambil resiko juga sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan yang akan menempuh dunia wirausaha yang penuh tantangan. Keberanian seorang wirausahawan memiliki arti penting. Persaingan, perubahan kebutuhan pasar, harga bahan baku yang tidak stabil serta kerugian dan masih tantangan lain yang akan dihadapi oleh seseorang yang akan menjadi wirausahawan. Seorang wirausahawan yang tidak berani mengambil resiko

cenderung akan bertahan dan memilih berada di zona aman. Zona aman disini diartikan sebagai tempat dimana seorang wirausahawan merasa nyaman, aman dan terhindar dari resiko – resiko yang tidak menyenangkan. Seorang wirausahawan yang tidak berani mengambil resiko juga akan mencari cara agar terhindar dari resiko dan tidak berani menghadapinya sehingga cenderung bertahan di situasi tertentu. Hal ini akan membuat usahanya tidak berkembang dan berhenti di level itu yang pada akhirnya akan kalah oleh persaingan. Bertahan di zona aman jelas tidak mendukung dalam dunia wirausaha yang menuntut inovasi dan keberanian untuk mencoba.

Seorang wirausahawan yang ingin mencapai kesuksesan akan keluar dari zona aman dan melakukan hal – hal yang jarang dilakukan orang lain meskipun itu sangat beresiko, membuat ide dan gagasan baru serta berani menghadapi resiko. Manajemen resiko juga menjadi faktor penting yang mendukung keberanian dalam mengambil resiko. Keberanian mengambil resiko juga harus diperhitungkan dengan matang dan bukan hanya sekedar modal nekat. Semakin baik seorang wirausahawan membuat pertimbangan, maka resiko yang akan dihadapi juga bisa diantisipasi.

f. Kepemimpinan

Jiwa kepemimpinan seorang wirausahawan bisa dilihat dari bagaimana ia dapat mempengaruhi, mengkoordinir, memimpin dan mengambil keputusan untuk mengembangkan usahanya. Salah satu gaya kepemimpinan bagi seorang wirausaha adalah prophetic leadership (kepemimpinan kenabian). Kepemimpinan prophetic adalah pemimpin yang mempunyai kemampuan mengendalikan diri dan mempengaruhi orang lain dengan tulus, dilakukan dengan kesadaran, tidak dipaksa atau memaksa. Karakteristik kepemimpinan prophetic adalah shiddiq (jujur, berpedoman pada nurani dalam berpikir, bersikap dan bertindak), amanah (bertanggung jawab, berkomitmen tinggi, dapat

dipercaya), tabligh (komunikatif, mengamalkan, memberi contoh), fathanah (kompeten dalam menyelesaikan masalah).⁶⁸

3. Fungsi-Fungsi Kewirausahaan

Berikut ini merupakan fungsi kewirausahaan menurut Saiman (dalam Eka Aprilia Hani 2018)⁶⁹

1) Fungsi Makro

Kewirausahaan memiliki fungsi dalam ekonomi nasional sebagai penggerak, pengendali, dan pemacu perekonomian suatu negara. Dengan adanya kewirausahaan, wirausahawan memiliki fungsi untuk menciptakan investasi baru, pembentukan modal baru, menghasilkan lapangan kerja baru, menciptakan produktivitas, meningkatkan ekspor, mendorong pertumbuhan ekonomi, mengurangi kesenjangan sosial dan meningkatkan kesejahteraan.

2) Fungsi Mikro

Secara mikro dengan adanya kewirausahaan, wirausahawan dalam perusahaan memiliki fungsi untuk menanggung risiko dan ketidakpastian, mengombinasikan peluang-peluang ke dalam cara yang baru dan berbeda, menciptakan nilai tambah, menciptakan usaha-usaha baru serta peluang-peluang baru. Saat ini pendidikan kewirausahaan merupakan suatu mata pelajaran tersendiri yaitu mata pelajaran pendidikan prakarya dan kewirausahaan. Kewirausahaan adalah satu program pendidikan yang menggarap aspek kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pembekalan kompetensi anak

⁶⁸ Dewi Sinta Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, "Buku Ajar Kewirausahaan Entrepreneur Agribusiness Start Your Own Business," *Journal of Chemical Information and Modeling* 8, no. 9 (2017): 1–58.

⁶⁹ Eka Aprilia Hani and Lisa Rokhmani, "Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Dan Jiwa Wirausaha Pada Siswa SMA Negeri 2 Malang," *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11, no. 1 (2018): 20–28.

didik. Pendidikan kewirausahaan tersebut diharapkan dapat menjadi nilai tambah bagi anak didik terkait dengan peranannya dalam kehidupan.

4. Keuntungan dan Kelemahan Wirausahawan

Beberapa keuntungan menjadi wirausahawan menurut Alma (dalam Dalimunthe & Marhaini, 2017)⁷⁰ yaitu:

- a. Tercapai peluang-peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri.
- b. Terbuka peluang untuk mendomonstrasikan potensi seseorang secara penuh.
- c. Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
- d. Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkret.
- e. Terbuka peluang untuk menjadi bos minimal bagi dirinya sendiri.

Selain keuntungan, ada pula kelemahan menjadi wirausahawan, antara lain:

- a. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti dan memikul berbagai resiko, jika resiko ini telah diantisipasi secara baik, wirausahawan telah mampu menggeser resiko tersebut.
- b. Bekerja keras atau jam kerja yang mungkin lebih panjang.
- c. Kualitas hidup mungkin masih rendah sampai usahanya berhasil, sebab pada tahap-tahap awal wirausahawan harus bersedia untuk berhemat.
- d. Memiliki tanggung jawab sangat besar, banyak keputusan yang harus dibuat walaupun mungkin kurang menguasai permasalahan yang dihadapinya.

5. Kegiatan Kewirausahaan Menurut Islam

Islam mengarahkan manusia untuk menjalani kehidupannya melalui Alquran yang berfungsi sebagai petunjuk bagi manusia (*hudan linnas*) dan petunjuk bagi orang yang bertakwa (*hudan lil muttaqin*). Selain itu, terdapat sunnah Nabi Muhammad Saw yang patut dijadikan teladan bagi umatnya untuk melewati hari-

⁷⁰ & Marhaini Dalimunthe, R. F., "Kewirausahaan Membangun Pola Pikir Berwirausaha Menuju Perencanaan Bisnis," *Medan: CV. Joehanda*. (2017).

hari dengan akhlak terpuji. Dalam Alquran surat alJumuah ayat 9 dijelaskan bahwa bertebaranlah di muka bumi untuk mencari anugerah Allah Swt. Ayat tersebut mengisyaratkan bahwa manusia harus berusaha dan jangan malas dalam mencari anugerah Allah Swt. Ayat tersebut juga mengisyaratkan bahwa dalam agama Islam dilarang bermalas-malas dan hanya meminta-minta kepada manusia, sejatinya meminta hanya kepada Allah Swt melalui beriman dan beramal shalih. Demikian juga dengan kekhawatiran Nabi Muhammad Saw dalam sebuah hadis beliau bersabda kaadal faqru ayyakunal kufro, yang artinya hampir saja kefaqiran menyebabkan kekufuran. Dari hadis ini nabi Muhammad Saw menginginkan umatnya sejahtera secara ekonomi agar terhindar dari kekufuran. Sebabnya, tidak sedikit masalah ekonomi dapat mengakibatkan manusia tidak bersyukur atas nikmat Allah Swt yang telah diterimanya.⁷¹

Sifat-sifat dasar yang harus dimiliki wirausaha muslim di antaranya adalah sebagai berikut:

- a) Shidiq
- b) Amanah
- c) Tabligh
- d) fathanah.⁷²

F. Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Puji Winarsih pada tahun (2014)⁷³ yang berjudul “Minat Berwirausaha Ditinjau Dari Motivasi dan Sikap Kewirausahaan Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2011/2012” hasil

⁷¹ Maulana, “Pendidikan Kewirausahaan Dalam Islam.”

⁷² Kamaluddin, “Kewirausahaan Dalam Pandangan Islam,” *Jurnal An-Nahdhah* 1, no. 1 (2019): 302–310.

⁷³ WINARSIH, “MINAT BERWIRAUSAHA DITINJAU DARI MOTIVASI DAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA ANGKATAN 2011/2012.”

penelitian menunjukkan bahwa : Motivasi dan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2011/2012, dengan sumbangan variabel sebesar 25,2%.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Hawik Ervina Indoworo tahun (2016)⁷⁴ yang berjudul “Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media” hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Keunggulan layanan sosial media adalah memberikan ruang komunikasi dua arah antara konsumen-perusahaan dan konsumen-konsumen. (2) Banyak web atau forum-forum yang memfasilitasi para penggunanya untuk bukan hanya sekedar berbincang dan berkomunikasi saja, tetapi juga memfasilitasi untuk para akun tersebut berdagang atau menjual produk mereka.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh M.Rachman Mulyandi dan Veny Anindya Puspitasari tahun (2018)⁷⁵ yang berjudul “Industri Kreatif, Media Sosial, dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan” hasil penelitian menunjukkan bahwa : perkembangan industri kreatif amat dipengaruhi oleh jumlah wirausaha, terutama yang masih muda, yang dimiliki oleh suatu Negara. Salah satu yang mempengaruhi timbulnya minat untuk berwirausaha adalah dengan hadirnya media sosial. Dengan demikian, penting bagi Perguruan Tinggi untuk menyikapi hal ini dengan melakukan peninjauan kurikulum yang terkait dengan pengembangan jiwa kewirausahaan. Memberikan porsi lebih pada kegiatan praktek kewirausahaan dan menghadirkan mata kuliah yang terkait pemasaran melalui media sosial adalah beberapa cara yang dapat dilakukan oleh Perguruan Tinggi untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswanya.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Eka Aprilia Hani dan Lisa Rokhmani tahun (2018)⁷⁶ yang berjudul “Analisis Pengetahu Kewirausahaan dan Jiwa

⁷⁴ Indoworo, “Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media.”

⁷⁵ Mulyandi and Puspitasari, “Industri Kreatif, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan.”

⁷⁶ Hani and Rokhmani, “Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Dan Jiwa Wirausaha Pada Siswa SMA Negeri 2 Malang.”

Wirausaha Pada Siswa SMA NEGERI 2 MALANG” hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan siswa sudah memiliki pengetahuan kewirausahaan yang baik dimana siswa memiliki wawasan mengenai kewirausahaan tidak hanya secara umum saja akan tetapi juga secara khusus dengan didukung adanya mata pelajaran kewirausahaan yang diajarkan oleh siswa. 2) Setiap siswa memiliki karakteristik jiwa wirausaha yang berbeda-beda. Jiwa wirausaha yang ada dalam diri siswa yaitu berkomitmen terhadap pekerjaan, berani mengambil risiko, mencari peluang serta kreativitas tinggi dan berinovasi.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Eswanto Sugeng Rahayu dan Siti Laela tahun (2018)⁷⁷ yang berjudul “Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa” hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Ada pengaruh yang variabel minat berwirausaha terhadap kewirausahaan pada mahasiswa STIE IPWIJA. (2) ada pengaruh variabel penggunaan media sosial terhadap kewirausahaan pada mahasiswa STIE IPWIJA.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Rajindra dan Haris Abd Kadir tahun (2019)⁷⁸ yang berjudul “Analisis Jejaring Sosial Sebagai Media Untuk Minat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu” hasil penelitian menunjukkan bahwa : Jejaring sosial memiliki peran untuk tumbuhnya minat berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu dengan nilai rata-rata keseluruhan responden terhadap variabel jejaring sosial dengan nilai rata-rata 4,01 dan variabel minat berwirausaha dengan nilai rata-rata 3,98. Dan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu secara positif memiliki nilai motivasi, kemampuan dan perasaan senang yang cukup tinggi yang berarti minat berwirausaha mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu sangat dipengaruhi oleh faktor internal secara individual.

⁷⁷ Rahayu and Laela, “Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa.”

⁷⁸ Haris Abd Kadir, “Analisis Jejaring Sosial Sebagai Media Untuk Minat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu” 6 (2019): 135–140.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Nada Cania dan Rosalina Dewi Heryani tahun (2020)⁷⁹ yang berjudul “Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik di SMK PLUS PELITA NUSANTARA” hasil penelitian menunjukkan bahwa : Minat atau rasa ketertarikan peserta didik terhadap berwirausaha masih perlu ditingkatkan dan dilatih lagi. Hal itu disebabkan oleh peserta didik yang merasa kurang memiliki rasa percaya diri, kurang kreatif, kurangnya modal serta tidak mau mengambil resiko kerugian dari sebuah usaha. Namun keadaan tersebut dapat ditingkatkan dengan peran media sosial instagram yang mereka miliki. Apabila peserta didik memiliki akun instagram yang memiliki banyak followers maka kemungkinan besar produk yang dijual akan semakin banyak yang membeli. Sehingga peneliti dapat memastikan bahwa peran media sosial instagram dapat meningkatkan minat berwirausaha peserta didik.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Bambang Satrionugroho dan Sri Tomo tahun (2020)⁸⁰ yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha Dibidang Teknologi” hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kedua variabel bebas yaitu: pemanfaatan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan minat mahasiswa untuk berwirausaha pada STMIK Sinar Nusantara. (2) Terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STMIK Sinar Nusantara. Artinya dengan memanfaatkan media sosial yang lebih baik lagi, maka akan dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. (3) Pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki juga memiliki pengaruh terhadap Minat Wirausaha pada Mahasiswa STMIK Sinar Nusantara. Yang artinya semakin banyak mereka memiliki informasi

⁷⁹ Nada Cania and Rosalina Dewi Heryani, “PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA PESERTA DIDIK DI SMK PLUS PELITA NUSANTARA,” no. October (2020): 91–101.

⁸⁰ Satrionugroho and Tomo, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi.”

ataupun pengetahuan tentang berwirausaha akan semakin meningkatkan minat mereka untuk terjun di kegiatan wirausaha.

Ke-sembilan, penelitian yang dilakukan oleh Komang Sumerta & NiKomang Redianingsih tahun (2020)⁸¹ yang berjudul “Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi di Denpasar” hasil penelitian menunjukkan bahwa : Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Berwirausaha. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa semakin meningkat Tingkat Penggunaan Media Sosial maka Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi di Kota Denpasar juga akan meningkat. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Berwirausaha.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Dian Intan Tangkeallo & Randi Tangdialla tahun (2021)⁸² yang berjudul “Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja” hasil penelitian menunjukkan bahwa : Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja baik secara simultan maupun parsial. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen sebesar

⁸¹ I Komang Sumerta et al., “Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar,” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 7 (2020): 627.

⁸² tangdialla randi Intan, tangkeallo dian, “Analisis Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja” 4, no. 2006 (2021): 74–79.

0.416 atau 41.6% dan sisanya yaitu 58.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya variabel motivasi dan keterampilan.

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Puji Winarsih (2014) Minat Berwirausaha Ditinjau Dari Motivasi dan Sikap Kewirausahaan Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2011/2012	Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.	Persamaan Penelitian ini sama-sama menggunakan Teknik pengumpulan data angket dan dokumentasi.	Perbedaan penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dan metode pengumpulan data <i>Proportionate Quota Sampling</i>

2	Hawik Ervina Indoworo (2016) Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media	(1) Keunggulan layanan sosial media adalah memberikan ruang komunikasi dua arah antara konsumen-perusahaan dan konsumen-konsumen. (2) Banyak web atau forum-forum yang memfasilitasi para	Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan Penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data <i>Study literature</i> .	Perbedaan penelitian ini menggunakan metode kajian. Dengan Teknik pengumpulan data studi dokumen.
3	M.Rachman Mulyandi dan Veny Anindya Puspitasari (2018) Industri Kreatif, Media Sosial, dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan	Dari hasil analisa data dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh cukup kuat dan signifikan terhadap tumbuhnya minta berwirausaha di kalangan generasi muda..	Persamaannya Penelitian ini sama-sama menggunakan Metode pengumpulan data berupa observasi dan dokumantasi.	Perbedaan penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dengan Teknik pengumpulan data <i>kuisisioner</i> dan angket.
4	Eka Aprilia Hani dan Lisa Rokhmani (2018) Analisis Pengetahu Kewirausahaan dan Jiwa Wirausaha Pada Siswa SmaNegeri 2 Malang	karakteristik yang berbeda-beda, selain itu setiap siswa juga memiliki jiwa wirausaha yang berbeda-beda dalam dirinya. Dalam.	Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian Deskriptif Kualitatif. Dengan metode pengumpulan data berupa wawancara,	Perbeedaan penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data menggunakan analisis <i>fenenomenologi</i> .

			observasi dan dokumentasi	
5	Eswanto Sugeng Rahayu dan Siti Laela (2018) Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa	pengaruh positif dan signifikan Minat Berwirausaha terhadap kewirausahaan pada mahasiswa. Semakin tinggi kewirausahaan, maka semakin tinggi minat berwirausaha pada mahasiswa.	Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode purposive sampling	Perbedaan penelitian ini yaitu menggunakan penelitian explanatory research
6	Rajindra dan Haris Abd Kadir (2019) Analisis Jejaring Sosial Sebagai Media Untuk Minat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu	peran untuk tumbuhnya minat berwirausaha dapat dinilai dari rata-rata keseluruhan responden terhadap variable dan dipengaruhi oleh faktor internal secara individual.	Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan Teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara.	Perbedaan penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Dengan Teknik pengumpulan data berupa kuisioner dan angka.
7	Nada Cania dan Rosalina Dewi Heryani (2020) Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik di Smk Plus Pelita Nusantara	Minat atau rasa ketertarikan peserta didik terhadap berwirausaha masih perlu ditingkatkan dan dilatih lagi.	Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.	Perbedaan penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data <i>Random Sampling</i> .
8	Bambang Satri Nugroho dan Sri Tomo	pengaruh yang signifikan dari variabel tersebut	Persamaan penelitian ini	penelitian ini menggunakan

	(2020) Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha Dibidang Teknologi	terhadap variabel terikat Minat Wirausaha Mahasiswa. Dan menunjukkan pengaruh positif meningkatkan minat wirausaha mahasiswa.	sama-sama menggunakan Metode pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi.	penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan Teknik pengumpulan data kuisisioner dan angket
9	Komang Sumerta&NiKomang Redianingsih (2020) Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi di Denpasar	Tingkat Penggunaan Media Sosial dan Motivasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Berwirausaha.	Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan Teknik <i>Purpusive Sampling</i> .	Perbedaan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dengan Teknik pengumpulan data berupa kuisisioner dan dokumentasi.
10	Dian Intan Tangkeallo&Randi Tangdialla (2021) Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja	pengaruh yang positif dan signifikan antara pendidikan kewirausahaan dengan minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja	Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian Deskriptif kualitattif. Dengan Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi.	Perbedaan penelitian ini menggunakan Teknik analisis linier berganda. Dengan Teknik pengumpulan data berupa kuisisioner dan angka.

G. Kerangka Berfikir

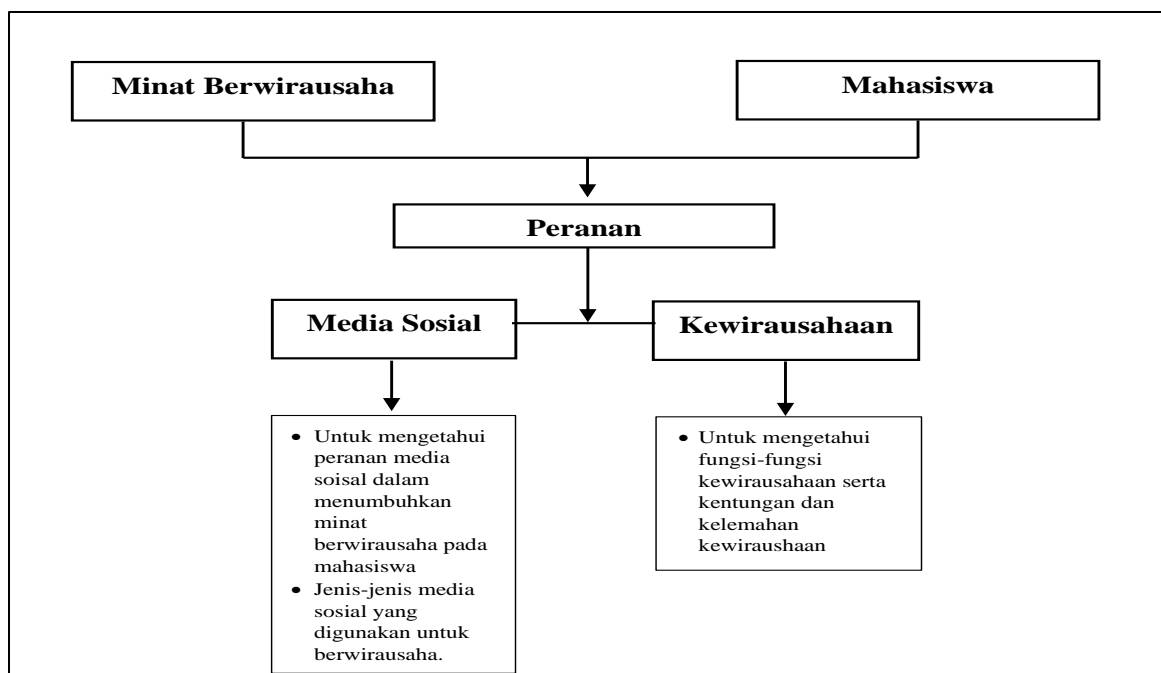
Kerangka pikir dapat berupa kerangka teori dan dapat pula berupa kerangka penalaran logis. Kerangka pikir merupakan uraian ringkas tentang teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian.⁸³ Sebagaimana hasil observasi yang telah peneliti lakukan dan yang telah tercantum di Gambar 2.1 dibawah maka kondisi saat ini adanya indikator dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa program studi ekonomi syariah UIN Raden Fatah Palembang. Hal ini kemudian menjadi evaluasi awal dari penelitian.

Dalam kerangka pikir inilah akan didudukkan masalah penelitian yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan dan mampu mengungkap, menerangkan serta menunjukkan perspektif terhadap masalah penelitian. Ada dua bagian umum dalam pikir yang selalu digunakan baik dalam pikir sehari-hari maupun pikir dalam sebuah penelitian ilmiah, yaitu Pertama, deduksi, proses pikir yang menggunakan premis-premis umum bergerak menuju premis khusus. Dari umum ke khusus. Kedua, induksi, proses pikir yang menggunakan premis-premis khusus bergerak menuju premis umum. Dari khusus ke umum.⁸⁴

⁸³ Cik Hasan Bisri, *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), h. 43.

⁸⁴ Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2010),h.39

Adapun tujuan dan hasil yang telah dicapai dari hasil pengamatan dan wawancara adalah minat berwirausaha pada mahasiswa yang mengalami kesulitan pada modal awal yang menjadi permasalahan sebelumnya yang kemudian menjadi evaluasi akhir dari kerangka fikir tersebut. Secara rinci, kerangka fikir yang akan peneliti gunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian dan pendekatan penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan penjelasan deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan tentang objek atau fenomena tertentu yang melibatkan subjek tertentu yang diamati. Jika objek nya adalah tentang peristiwa ekonomi, maka yang diamati dan dipelajari adalah sikap, pandangan, pendapat, dan tindakan pelaku ekonomi yang terkait.⁸⁵

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, Penelitian Kualitatif Ekonomi ditujukan pada fenomena yang menunjuk pada tindakan *subject* pelaku ekonomi, yaitu manusia yang bertindak di seputar fenomena ekonomi seperti halnya dalam konsumsi, produksi maupun distribusi dengan segala macam *derivative* transaksi dan interaksinya.⁸⁶

Pendekatan kualitatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk mendiskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Data dihimpun dengan

⁸⁵ Irawan Suhatono. Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya. (Bandung : Remaja Rosdakarya. 2015). Hlm. 35.

⁸⁶ Sonny Leksono, Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi dari Metodologi ke Metode, Rajawali Pers, (Jakarta : 2013), hlm 62.

pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetail disertai catatan hasil wawancara yang mendalam, serta hasil analisis dokumen.⁸⁷

2. Pendekatan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (*field research*) dengan memakai pendekatan kualitatif. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan di objek penelitian secara langsung yaitu di fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Raden Fatah Palembang.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No.KM. 3, RW.5, Pahlawan, Kec. Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan

C. Sumber Data

a. Sumber data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.⁸⁸ Dalam hal ini, data primer diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian yaitu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN

⁸⁷ Machmud, Muslimin. 2016. Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah. Malang : Penerbit Selaras.

⁸⁸ Hasan, Iqbal. Pokok - Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Ghafia Indonesia. (Jakarta: 2002)

Raden Fatah yang berkenaan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa program studi ekonomi syariah.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, jurnal, dan lain sebagainya. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu buku, jurnal, dan artikel yang relevan dengan penelitian ini.

D. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

Observasi adalah proses peneliti dalam melihat situasi penelitian. Informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah tempat, pelaku, kegiatan atau peristiwa, dan waktu. Observasi pada penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

b. Wawancara

Wawancara (*interview*) merupakan bentuk komunikasi verbal atau percakapan langsung yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan peneliti. Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab antara peneliti dengan obyek yang diteliti (informan). Dalam metode ini kreatifitas pewawancara sangat diperlukan karena dapat dikatakan bahwa hasil wawancara bergantung pada kemampuan peneliti untuk mencari jawaban, mencatat

dan menafsirkan setiap jawaban.⁸⁹ Wawancara dalam penelitian ini merupakan wawancara secara mendalam dan terarah dalam masalah yang akan diteliti pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang (Studi kasus pada mahasiswa angkatan 2018 program studi ekonomi syariah).

Daftar nama mahasiswa yang telah menggunakan media Sosial untuk berwirausaha :

Tabel 3.1

Mahasiswa yang telah Menggunakan Media Sosial Untuk Berwirausaha

No.	Nama	L/P
1	Muhammad Ishom	L
2	Juliantika	P
3	M. Aji Rangga	L
4	Muhammad Muchtar	L
5	Riska Pamela	P
6	Rizky Laura Asri	P
7	Menjes Sri Pratama	L
8	Gunayanti	P
9	Gelin	L
10	Duwi Indah Sari	L

⁸⁹ Saleh Sirajuddin, "Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung," *Analisis Data Kualitatif* (2016): 180, <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>.

Daftar nama Mahasiswa yang telah berwirausaha tetapi tidak menggunakan media Sosial untuk berwirausaha :

Tabel 3.2

Mahasiswa yang Telah Berwirausaha Tetapi Tidak Menggunakan Media Sosial untuk Berwirausaha

No	Nama	L/P
1	Redho Akbar	L
2	M. A. Haris Alfarichi	L
3	Kartika Putri	P
4	M Iqbal Seprianyah	L
5	Hiddeo	L
6	M Fachrurozi	L
7	M alghifari Meydio	L
8	Darul Kutni	L
9	Rizka Anggraini	P
10	M. Rizky Fadillah	L

Daftar nama mahasiswa yang tidak berwirausaha namun berminat untuk berwirausaha dengan media sosial :

Tabel 3.3

Mahasiswa yang Tidak Berwirausaha Namun Berminat untuk Berwirausaha dengan Media Sosial

No	Nama	L/P
----	------	-----

1	M Reza Pratama	L
2	Novira Teresa	P
3	Tania	P
4	Mutmainnah Nur	P
5	Khofifah	P
6	Gita Wulandari	P
7	Aldania	P
8	Nita Febriyanti	P
9	Putri Lusiana	P
10	Novri Ramadan	L

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian..⁹⁰

d. Angket

Angket yaitu cara pengumpulan data dengan membuat pertanyaan-pertanyaan dengan kuisioner yang disebar menggunakan google form yang berhubungan dengan minat mahasiswa untuk berwirausaha dengan menggunakan media sosial.

⁹⁰ Sudaryono. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers. (2017)

E. Instrumen Penelitian

a. Pedoman wawancara

Pada penelitian pedoman wawancara berfungsi sebagai alat pengarah dalam mengumpulkan data dari informan pada saat wawancara.

b. Handphone

Penggunaan alat komunikasi pada saat penelitian sangat membantu, salah satunya untuk recorder suara, penggunaan aplikasi foto serta video.

c. Alat tulis

Dalam melakukan penelitian alat tulis sangat diperlukan. Hal ini mempermudah dalam proses pengumpulan data sekunder dalam bentuk tulisan dan selanjutnya di olah.

F. Teknik Analisis Data

Menurut B. Milles dan Huberman, (2014) Pada proses analisis data kualitatif, data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman), yang biasanya diproses sebelum digunakan, tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun dalam teks yang diperluas. Analisis dalam pandangan ini meliputi tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.⁹¹

⁹¹ Sirajuddin, "Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung."

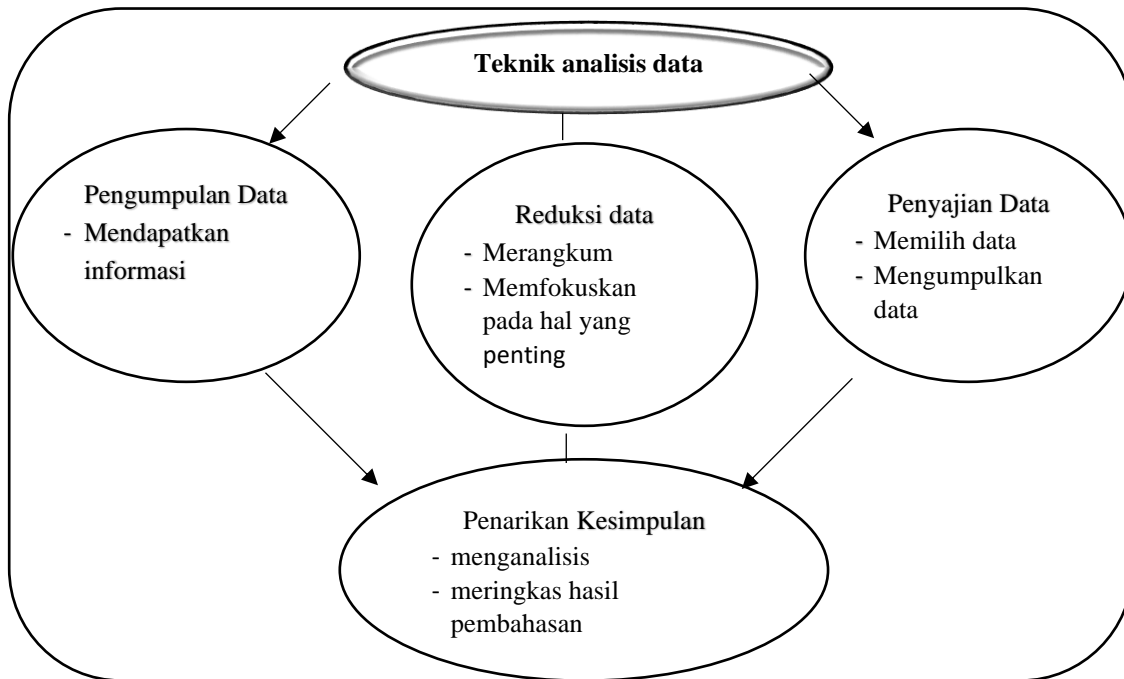
Menurut Sugiyono(2016) mengemukakan bahwa analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁹²

Peneliti menggunakan teknik analisis untuk menganalisis minat berwirausaha pada mahasiswa program studi ekonomi syariah UIN Raden Fatah Palembang. Metode analisis data merupakan cara yang dilakukan untuk menganalisis data penelitian sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan – kesimpulan dari data yang sudah ada.

Dalam penelitian ini yang digunakan dalam menganalisis data yang sudah diperoleh adalah dengan cara deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan data – data faktual dan dideskripsikan. Tujuan Penelitian deskriptif adalah membuat gambaran mengenai fakta, sifat dan hubungan antara fenomena yang diteliti yang kemudian di analisis. Setelah data – data dikumpulkan, peneliti melakukan analisis interaksi yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan verifikasi. Analisis dari penelitian ini berlangsung dengan proses pengumpulan data ataupun setelah data terkumpul.

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta. (2016)

Gambar 3.1 Komponen Analisis Data



a. Pengumpulan Data

Mendapatkan informasi dan data dari berbagai sumber yaitu dengan wawancara, observasi dan analisis dokumen yang ada.

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan menyortiran data dari hasil wawancara yang memiliki sifat yang sangat luas. Dengan adanya reduksi data peneliti dapat memiliki hasil wawancara yang lebih penting. Ada beberapa tahap untuk melakukan reduksi data. Tahap pertama melakukan editing, pengelompokkan dan meringkas data. Tahap kedua menyusun catatan – catatan tentang hal yang berkaitan dengan data yang sedang di

teliti. Tahap ketiga dari reduksi data yaitu menyusun rancangan dan konsep serta penjelasan tentang data yang sudah dimiliki.

c. Penyajian Data

Hasil dari pengelompokan yang disusun secara sistematis dapat dibentuk dalam sebuah laporan. Penyajian laporan berbentuk deskriptif yang mengarah kepada kesimpulan.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan berhubungan dengan pendeskriptifan dari peneliti yaitu pengembangan dari makna yang ditampilkan. Penarikan kesimpulan dapat berupa pemikiran yang melintas dalam pikiran peneliti saat melakukan pencatatan atau saat melakukan tinjauan ulang terhadap catatan – catatan di lapangan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Cikal-bakal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) berasal dari tahun 2000/2001 yaitu dengan pembukaan jurusan Program Studi D3 Perbankan Syari'ah pada tahun 2001 yang berada di bawah naungan Fakultas Syariah dimana pada tahun 2005 telah menghasilkan lulusan yang siap pakai di dunia perbankan syariah. Tanggal 22 Desember 2005, Program Studi ini telah terakreditasi Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi dengan Peringkat Akreditasi B. Dengan masa Akreditasi terhitung tanggal 22 Desember 2005 sampai dengan 22 Desember 2010. Sementara perpanjangan izin penyelenggaraan program studi berdasarkan Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam No. DJ.I/385/2008 telah berakhir pada 2013 yang lalu. Program Studi ini telah memperpanjang akreditasi Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi dengan Peringkat Akreditasi B. Dengan masa Akreditasi terhitung tanggal 29 Desember 2015 sampai dengan 29 Desember 2020.

Beberapa tahun kemudian, tepatnya pada tahun ajaran 2007-2008 didirikan pula Prodi Ekonomi Islam (EKI). Program Studi Ekonomi Islam berdiri pada tahun 2007 dan pada tahun 2011 telah menghasilkan lulusan yang siap pakai di dunia ekonomi syariah. Tanggal 17 September 2010, Program Studi Ekonomi Islam telah terakreditasi

Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi dengan Peringkat Akreditasi B. Dengan masa Akreditasi terhitung tanggal 17 September 2010 sampai dengan 17 September 2015. Sementara perpanjangan izin penyelenggaraan program studi berdasarkan Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam No. Dj.I/575/2011 telah berakhir pada 2013 yang lalu. Program Studi ini telah memperpanjang akreditasi Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi dengan Peringkat Akreditasi B. Dengan masa Akreditasi terhitung tanggal 31 Oktober 2015 sampai dengan 31 Oktober 2020.

Dalam perkembangan berikutnya pada tahun 2014, Prodi D3 Perbankan Syariah dan Prodi Ekonomi Islam dipisahkan dari Fakultas Syariah dan berdiri sendiri menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Setelah ditandatanganinya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 83 tahun 2013 yang mengamanatkan pembentukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), dua program studi yang dilahirkan dan dibesarkan dari rahim Fakultas Syari'ah, secara resmi telah memiliki "Rumah Ilmu" yang baru, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Fatah Palembang.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) saat ini memiliki 4 program studi atau jurusan seperti Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf serta S2 Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengalami perkembangan yang cukup signifikan, baik dari segi jumlah mahasiswa maupun jumlah prodi. Kehadiran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, dalam rangka mewujudkan pengembangan keilmuan yang mengintegrasikan antara

nilai-nilai akademik ilmiah dan agama. Sehingga kehadiran FEBI ataupun UIN Raden Fatah, dapat menjadi “Rumah Ilmu” di tengah-tengah perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan ekonomi global yang di depan mata.

Sampai sekarang, FEBI dengan usia lebih kurang 9 tahun telah dipimpin oleh 3 orang dekan. Beberapa aspek penting selama masa kepemimpinan 3 Dekan tersebut adalah:

1. **Dr. Edison Saefullah, MA (2014 s/d 2016)**
2. **Dr. Qodariah Barkah (2016 s/d 2020)**
3. **Dr. Heri Junaidi, MA (2020 s/d sekarang)**

B. Hasil Penelitian

Dari hasil pengumpulan data dengan kuisioner terstruktur yang disebar menggunakan *google form* didapatkan responden sebanyak 30 orang. Data yang diperoleh ini telah diverifikasi sebelumnya untuk membuang data yang tidak valid yang akan mempengaruhi hasil dari analisis data penelitian. Profil responden dalam penelitian ini diamati untuk memberi gambaran seperti apa sampel penelitian ini. Responden yang dikategorikan berdasarkan kebutuhan penelitian.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dari hasil penelitian sebagai berikut :

Tabel 4,1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	presentase
Laki-laki	17	56,7
Perempuan	12	43,3
TOTAL	30	100

Sumber : Data primer Tahun 2022

Data diatas menunjukkan bahwa sebesar 56,7% responden berjenis kelamin laki-laki, dan 43,3% responden berjenis kelamin perempuan. Ini berarti keinginan berwirausaha melalui media sosial lebih disenangi oleh kaum laki-laki dibandingkan dengan perempuan. Menurut peneliti Perkembangan zaman makin menuntut dalam membangun kemajuan bangsa. Dalam perekonomian yang tidak menentu pada saat ini, tidak hanya kaum laki-laki yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan, kaum perempuan juga ikut berperan aktif dalam membangun ekonomi keluarga dan kemajuan bangsa.

Dari hasil penelitian diatas dapat dinyatakan bahwa wirausahawan yang didominasi kaum laki-laki disebabkan karena sikap dasar laki-laki yang identik sebagai sosok yang kuat, ulet, tekun, berani, dan memiliki tanggung jawab sebagai kepala keluarga di masa depan.

2. Keaktifan Responden dalam menggunakan media sosial

Keaktifan penggunaan media sosial oleh mahasiswa memiliki tingkatan yang

berbeda terdapat mahasiswa yang sangat sering, sering. Keaktifan ini di kelompokkan berdasarkan penyebaran kuisioner yang telah diisi oleh responden. Berikut tabel responden seberapa aktif menggunakan media sosial :

Tabel 4.2 Aktif Menggunakan Media Sosial

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Sering	15	50
Sering	15	50
Tidak sering	0	0
TOTAL	30	100

Sumber : Data primer Tahun 2022

Dilihat dari keaktifan mahasiswa menggunakan media sosial, pada tabe 4.2 terlihat bahwa 50% responden memilih sangat sering, dan 50% memilih sering, dalam menggunakan media sosial, ini disebabkan di era saat ini kebutuhan bersosial media menjadi hal yang tak terlupakan. Adanya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etikan dan norma yang ada. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur suku, ras dan agama yang beraneka ragam memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik.

Dari hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa dengan kemajuan teknologi pada saat ini dapat merubah pola hidup seseorang terbukti pada tabel diatas banyak responden yang menyatakan sangat sering dan sering, hal ini disebabkan karna penggunaan sosial media pada saat ini menjadi suatu kebutuhan umum yang sangat di pelu kan kapanpun dan di manapun oleh karna itu kita sebagai pengguna harus la cerdas dan mampu memanfaatkan teknologi yang ada pada saat ini menjadi peluang usaha yang mampu

membangun ekonomi keluarga dan kemajuan bangsa.

3. Alasan Menggunakan Media Sosial

Kebutuhan seseorang dalam menggunakan media sosial tentu berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu untuk menggunakannya, tentunya setiap individu memiliki kebutuhannya sendiri dalam menggunakan media sosial dengan berbagai tujuan mulai dari mencari informasi, saran belajar, berwirausaha, sarana hiburan dan bahkan untuk berbagai kegiatan sehari-hari. Berikut merupakan data hasil penelitian dari responden :

Tabel 4.3 Alasan Menggunakan Media Sosial

Jawaban	Frekuensi	Presentase
Mencari Informasi	14	48,4
Sarana Belajar	2	6,5
Berwirausaha	9	29
Sarana Hiburan	5	16,1
TOTAL	30	100

Sumber : Data primer Tahun 2022

Dilihat dari hasil kuisioner, pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa penggunaan sosial media, 48,4% mahasiswa menggunakan media sosial untuk mencari informasi, sebesar 26,7% mahasiswa menggunakan media sosial untuk berwirausaha, dan 16,7% mahasiswa menggunakan media sosial untuk sarana hiburan, sedangkan 6,7% memilih saran belajar.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa seluruh responden menggunakan

media sosial untuk menikmati waktu luang mereka, juga menjaga agar mereka terus mengikuti perkembangan. Dan Sebagian besar responden memiliki tujuan untuk mencari informasi yang diperlukan penggunaannya terlebih juga informasi yang di cari bisa dengan mudah di akses secara gratis tanpa adanya pnnngutan biaya.

4. Jenis-Jenis Media Sosial Yang Banyak Digunakan Mahasiswa

Media sosial (*social media*), seperti sudah biasa kita ketahui, termasuk golongan media yang terus menanjak popularitasnya, tak hanya dari sisi pengguna biasa, tapi juga dari sisi bisnis atau sebagai *platform* pendukung kegiatan *marketing*. Dengan media sosial, penggunaanya bisa membangun percakapan, bahkan komunitas, karena media sosial juga mempermudah pertemuan beberapa atau banyak orang dengan minat sama. Ini juga memudahkan pengelola usaha, organisasi masyarakat, sampai lembaga pemerintah untuk terkoneksi langsung dengan publik.

Media sosial juga banyak di gunakan pada kalangan mahasiswa terutama dalam hal pembelajaran sebagai penunjang kegiatan akademik. Selain itu, mahasiswa juga membutuhkan media sosial sebagai sarana komunikasi kepada dosen untuk menanyakan tugas-tugasnya maupun kegiatan pembelajaran di kelasnya, dan bahkan Sebagian mahasiswa menggunakan untuk berwirausaha. Adapun penjelasan jenis media sosial yang banyak digunakan terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4 Jenis-Jenis Media Sosial Yang Banyak Digunakan Dikalangan

Mahasiswa

Jenis Media Sosial	Frekuensi	Presentase
Facebook	1	3,2
Whatsapp	7	25,8
Instagram	22	71
Twitter	0	0
TOTAL	30	100

Sumber : Data primer Tahun 2022

Data diatas menunjukkan bahwa mahasiswa yang memilih Instagram mencapai presentase sebanyak 71% dan 25,8% memilih whatsapp, 3,2% memilih facebook ini berarti Sebagian besar responden memiliki ketertarikan menggunakan salah satu platform sosial media Instagram karena akses nya mudah di jangkau dan efisien dan tidak terlalu menyulitkan penggunaanya.

Dari hasil penelitian dapat di simpulkan kecendrungan seseorang memilih salah satu platform sosial media menjadi sebuah kebutuhan perseorangan, dapat dilihat dari tabel diatas jumlah orang yang memilih Instagram mencapai 22 responden sedangkan 7 responden memilih whatsapp maka dapat diartikan Instagram menjadi media sosial yang paling digemari.

C. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi jawaban responden mengenai peran penggunaan media sosial dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa program studi ekonomi

syariah angkatan 2018 UIN Raden Fatah Palembang. Dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.5 Deskripsi Penilaian Responden Peran Penggunaan Media Sosial
Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha**

Pertanyaan	Jumlah Jawaban Responden		
	SS	S	TS
Penggunaan media sosial dapat memberikan informasi secara cepat dan berkala,	24 (77,4%)	6 (22,6%)	0 (0%)
Media sosial mendukung mahasiswa untuk mendapatkan informasi berwirausaha secara cepat	20 (64,5%)	10 (35,5%)	0 (0%)
Media sosial dapat menumbuhkan minat mahasiswa untuk berwirausaha	14 (45,2%)	15 (48,4%)	1 (6,5%)
Media sosial menggunakan Bahasa, symbol, yang menarik seperti gambar, emoticon dll.	12 (42,4%)	17 (54,4%)	1 (3,2%)
Media sosial merupakan sarana yang tepat untuk mengantarkan mahasiswa untuk berwirausaha,	16 (52,5%)	14 (47,5%)	0 (0%)
Media sosial dapat membantu mempererat hubungan berwirausaha dengan teman atau kerabat	15 (50%)	15 (50%)	0 (0%)
Citra diri yang ditunjukan seseorang berwirausaha di media sosial sama dengan citra diri kehidupan nyata	13 (41,9%)	12 (38,7%)	5 (19,4%)
Saya menggunakan media sosial untuk menambah ilmu berwirausaha	14 (45,2%)	16 (54,8%)	0 (0%)

Sumber : Data diolah

1. Penggunaan media sosial dapat memberikan informasi secara cepat dan berkala,

Berdasarkan hasil analisis deskriptif sebagaimana di sajikan pada tabel 4.5

menunjukkan bahwa kecendrungan terhadap penggunaan media sosial pada mahasiswa saat ini terlihat dari tabel 4.5 “Penggunaan media sosial dapat memberikan informasi secara cepat dan berkala” 77,4% menjawab sangat setuju dan 22,6% menjawab setuju maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa terbilang aktif, dan hal ini juga dapat terjadinya peluang terciptanya minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa Media sosial dapat menjadi sumber informasi yang lebih mudah dan cepat diperoleh karena mudah diakses oleh penggunanya, dan tidak memiliki batasan dalam akses, dalam arti setiap orang dapat mengakses media sosial selama ada medianya (*handphone/ laptop/komputer*) dan sinyal internet.

2. Media sosial mendukung mahasiswa untuk mendapatkan informasi berwirausaha secara cepat

Berdasarkan hasil analisis deskriptif sebagaimana di sajikan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa dukungan untuk mendapatkan informasi berwirausaha secara cepat. mencapai 64,5% menjawab sangat setuju dan 35,5% menjawab setuju maka dari jawaban di atas bahwa Sebagian besar mahasiswa mendapatkan informasi berwirausaha melalui media sosial dengan mudah dan cepat.

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa Media sosial telah menjadi tempat di mana konsumen lebih mudah menerima pesanan produk. Alasan mengapa

konsumen lebih mudah menerima pesan pemasaran di media sosial adalah karena media sosial memungkinkan lebih banyak interaksi dan pemasaran merek dari sisi yang berbeda.

3. Media sosial dapat menumbuhkan minat mahasiswa untuk berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis deskriptif sebagaimana di sajikan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa Media sosial sebagai pemicu minat mahasiswa untuk berwirausaha mencapai presentase sebanyak 45,2% menjawab sangat setuju dan 48.4% menjawab setuju sedangkan 6,5% menjawab tidak setuju maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan media sosial mampu menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa Dengan keunggulan media sosial seperti komunikasi yang mudah dan tidak menghabiskan banyak waktu untuk berkomunikasi, didukung dengan efisiensi dimana mayoritas responden setuju bahwa media sosial dapat diakses dimana saja dan tidak membutuhkan banyak biaya, menjadikan media sosial dapat menjadi alternatif yang tepat bagi mahasiswa yang sebagian besar tidak memiliki penghasilan sendiri untuk mencoba berwirausaha.

4. Media sosial menggunakan Bahasa, symbol, yang menarik seperti gambar, emoticon dll.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif sebagaimana di sajikan pada tabel 4.5

menunjukkan bahwa presentase mencapai 42,4% menjawab sangat setuju dan 54,4% menjawab setuju sedangkan 3,2% menjawab tidak setuju dari hasil diatas dapat dinyatakan dengan fitur-fitur media sosial yang memudahkan untuk berkomunikasi sesama pengguna media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa responden yang menyatakan setuju akan penggunaan Bahasa, symbol dll dalam interaksi. Ini membuat manusia juga bisa membayangkan realitas yang metafisik dan memungkinkan pemahaman terhadap reaksi atau ekspresi di tengah teknologi media komunikasi. Keberadaan teknologi memungkinkan penggunaan simbolik secara harafiah dalam arti bahwa keterbatasan komunikasi dalam beberapa hal, memungkinkan terjadinya perkembangan simbol-simbol untuk menjembatani hal tersebut.

5. Media sosial merupakan sarana yang tepat untuk mengantarkan mahasiswa untuk berwirausaha,

Berdasarkan hasil analisis deskriptif sebagaimana di sajikan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa presentase mencapai 52,5% menjawab sangat setuju dan 47,5% menjawab setuju dari hasil diatas dapat dinyatakan bahwa media sosial merupakan sarana yang tepat pada zaman sekarang untuk menjadikan suatu peluang usaha pada mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa penggunaan media sosial

memberikan manfaat seperti Sarana komunikasi, berbagi informasi, memperoleh hiburan, mencurahkan isi hati dan mendatangkan keuntungan ekonomi adalah beberapa tujuan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa.

6. Media sosial dapat membantu mempererat hubungan berwirausaha dengan teman atau kerabat

Berdasarkan hasil analisis deskriptif sebagaimana di sajikan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa presentase mencapai 50% menjawab sangat setuju dan 50% menjawab setuju dari tabel diatas dapat dinyatakan dengan adanya media sosial yang mudah dan cepat dapat mempererat hubungan antar kerabat jauh dan dengan adanya media sosial pula kita dapat memperluas jaringan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa Media sosial membantu bisnis dengan menyediakan platform untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas hubungan, jarak dan waktu tidak lagi menjadi masalah, lebih mudah untuk mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung dengan cepat, biaya lebih murah.

7. Citra diri yang ditunjukkan seseorang berwirausaha di media sosial sama dengan citra diri kehidupan nyata

Berdasarkan hasil analisis deskriptif sebagaimana di sajikan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa presentase mencapai 41,9% menjawab sangat setuju dan 38,7%

menjawab setuju sedangkan 19,4% menjawab tidak setuju maka dari hasil diatas dapat dinyatakan bahwasanya citra diri seseorang pada zaman sekarang mampu memcerminkan kehidupannya di dunia nyata.

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa banyak responden memilih sangat setuju sebagaimana diketahui seorang motivator wirausaha mampu menumbuhkan minat berwirausaha melalui media sosial itu sendiri maka citra diri yang ada di media sosial dapat diterapkan di kehidupan nyata. dan ada juga yang menjawab tidak setuju akan hal ini peneliti berpendapat bahwasanya tidak semua yang dilakukan di media sosial itu nyata.

8. Media sosial untuk menambah ilmu berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis deskriptif sebagaimana disajikan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa presentase mencapai 45,2% menjawab sangat setuju dan 54,8% menjawab setuju dari hasil diatas dapat dinyatakan Sebagian besar mahasiswa menggunakan media sosial untuk menambah ilmu berwirausaha untuk memulai usaha yang akan dijalankan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa media sosial dapat diakses kapan saja dimanapun Sebagian besar responden menjawab setuju ini berarti penggunaan media sosial yang tepat sasaran mampu memberikan manfaat yang luas dalam hal apapun, terutama informasi mengenai berwirausaha dengan platform yang tersedia.

D. Pembahasan

1. Peran Penggunaan Media Sosial Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah Palembang

Seiring dengan kemajuan perkembangan teknologi yang begitu canggih di masa sekarang ini yang mampu mengubah pola pikir yang begitu besar terhadap perkembangan generasi muda. Media sosial seakan sudah menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan bagi masyarakat, khususnya kalangan remaja. Beberapa media sosial yang paling sering digunakan adalah facebook, twitter, youtube, dan Instagram yang dapat di akses dengan mudah lewat handphone. Hal ini di sebabkan karena media sosial tersebut mempunyai keunggulan dan ketertarikan sendiri bagi penggunaannya serta menawarkan kemudahan yang membuat remaja betah berlama-lama menggunakannya.

a. Peran penggunaan media sosial

Setiap manusia yang hidup pasti akan memenuhi segala aspek kebutuhannya. Namun kebutuhan manusia tidaklah sama ari masa ke masa.yang paling pokok tentunya kebutuhan primer, yaitu sandang (pakaian), pangan (makan), dan papan (tempat tinggal). Dimana kebutuhan itu sangatlah mendasar sebuah kehidupan yang layak dan berkecukupan. Adapun kebutuhan sekunder yang berkaitan dengan usaha menciptakan atau menambah kebahagiaan dalam hidup dan selalu mengalami perubahan dari masa ke masa.

Di era saat ini telah mengalami perubahan yang sangat signifikan dimana semua orang bisa mengakses segala informasi yang ada di seluruh dunia menjadi simple dan mudah untuk di akses melalui media sosial. media sosial tentunya sudah menjadi kebutuhan manusia saat ini, semua orang bisa memiliki media sosial dengan mudah.

Dengan adanya teknologi modern yang semakin hari mengalami perkembangan akan kemajuan dan kemudahan, memang sedang terjadi sekarang ini. sehingga terdapat berbagai platform untuk mempermudah akses dalam berkomunikasi dengan media sosial itu sendiri. Peran media sosial sebagai kebutuhan dalam berbagai aktivitas dan memberikan kemudahan terhadap penggunaannya seperti yang dikatakan oleh Muhammad Ishom salah satu mahasiswa febi angkatan 2018 yang berpendapat bahwa :

“kalau saya pribadi, dengan adanya media sosial yang mudah di dapatkan dan diakses kapan saja itu sangat berguna, apalagi dalam hal berkomunikasi dan mempererat silaturahmi dengan kerabat dan saudara yang jauh tentunya itu menjadi hal yang memudahkan bagi saya itu sendiri”⁹³

⁹³ Muhammad Ishom, Mahasiswa febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 18 juli 2022

Tanggapan yang sama juga di katakan oleh M Aji sebagai salah satu mahasiswa program studi ekonomi syariah Angkatan 2018, yang berpendapat bahwa :

“ya menurut saya, di zaman sekarang ini terutama kita tidak mau ribet dalam segala hal, jadi dengan adanya media sosial ini segala aktivitas terbantu dengan mudah dan simple”⁹⁴

Hal yang sama juga di katakan oleh Novri Ramadan sebagai mahasiswa, yang berpendapat bahwa :

“Saya kan anak rantau tentunya kebutuhan media sosial ini sangatlah penting bagi saya terutama untuk berkomunikasi dengan orang tua dengan menggunakan media sosial seperti whatsapp dll.”⁹⁵

Dapat ditarik kesimpulan oleh peneliti bahwasanya, peran media sosial bagi kehidupan sangatlah dibutuhkan untuk mempermudah dalam segala hal, terutama dalam berkomunikasi untuk menjaga silaturahmi teman atau krabat jaub. Serta media sosial dapat memberikan dampak positif terutama dalam melakukan interaksi baik secara sosial, politik, dan ekonomi. Penggunaan media soisal dapat

⁹⁴ M Aji , Mahasiswa febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 18 juli 2022

⁹⁵ Novri Ramadan, Mahasiswa febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 18 juli 2022

memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat, begitu pula dalam mengakses informasi yang kita butuhkan.

Media sosial dapat dijadikan sarana untuk saling berbagi, saling bertukar foto, data dan dokumen lainnya. Media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana promosi dengan berbagai produk/jasa yang dapat ditawarkan kepada pengguna media sosial tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar tetapi dengan keuntungan yang berlipat ganda. Jadi tidak heran kalau saat ini telah menjamur bisnis *on line* melalui media sosial, dan itu pula sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Pratama menurutnya “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 berbasis *OTT (Over The Top)* melalui perangkat Mobile (*Smartphone, Tablet*, dan komputer biasa atau laptop).”⁹⁶

b. Peran media sosial dalam menumbuhkan minat berwirausaha

Dengan menguasai teknologi dan informasi di era saat ini sangatlah berperan penting dalam persaingan global. Keharusan ini di mungkinkan karna manusia pada dasarnya adalah makhluk kreatif dan inovatif dan salah satu teknologi yang sedang digemari pada zaman sekarang ini salah satu nya adalah media sosial.

⁹⁶ Putu Agus Eka Pratama I SM, *Smart City Beserta Cloud Dan Teknologi Pendukung Lainnya* (Bandung: informatika, 2014)

Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan produk olahan makanan yang digunakan oleh pelaku usaha. Media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon secara langsung dengan penggunaannya. Saat ini sudah mulai banyak bermunculan akun di media sosial yang digunakan untuk memasarkan produk olahan makanan secara lebih luas.

Media sosial sekarang telah memiliki peran penting dalam berwirausaha bagi bisnis kecil maupun besar. Kini berbagi informasi kepada pengunjung atau *follower* bukan satu-satunya keuntungan menggunakan sosial media bagi sebuah bisnis. Salah satu kunci sukses bagi seluruh wirausaha dengan mengenal pelanggannya lebih dekat. Maka dari itu dengan adanya segala kemudahan yang ada pada media sosial serta fitur-fitur yang mudah di pahami dapat menumbuhkan minat dan keinginan yang tinggi untuk terjun ke dalam dunia bisnis, serta menjadi peracaya diri sebagai pemicu semangat untuk memulai suatu usaha tertentu. Sebagai mana yang dikatakan oleh Juliantika salah satu mahasiswi program studi ekonomi syariah yang telah berwirausaha menggunakan media sosial, ia berpendapat bahwasanya :

“saya rasa, saya sudah cukup lama terjun kedalam bisnis online dan samapai sekarang saya masi berjualan di media sosial, untuk awal mula saya berwirausaha saya menawarkan melalui salah satu platform sosial

media yaitu whatsapp karna mudah dan target konsumen menjadi jelas.”⁹⁷

Hal yang sama dikatakan oleh duwi sebagai mahasiswi febi yang telah berwirausaha menggunakan media sosial yang berpendapat bahwasannya :

“kalau saya sendiri memang ingin membantu meringankan pengeluaran untuk biaya kuliah dengan bejualan, Adapun salah satu media sosial yang saya pakai untuk berjualan yaitu Instagram untuk mempermudah promosi agar di kenal banyak orang.”⁹⁸

Menurut Muchtar sebagai mahasiswa program studi ekonomi syariah, ia berpendapat bahwasannya :

“saya rasa sudah cukup lama berwirausaha terlebih ayah saya memiliki toko di pasar cinde dan penjualan semakin hari semakin turun, saya mulai berfikir untuk mempromosikan lewat salah satu media sosial yaitu facebook yang hingga kini masi saya gunakan sebagai media promosi dan alhamdulillah sudah banyak di kenal orang.”⁹⁹

Dapat di tarik kesimpulan oleh peneliti bahwasanya peran penggunaan media sosial dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa sangatlah

⁹⁷ Juliantika, Mahasiswi febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 18 juli 2022

⁹⁸ Duwi, Mahasiswi febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 18 juli 2022

⁹⁹ Muchtar, Mahasiswa febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 18 juli 2022

penting seperti pendapat yang di katakan oleh informan di atas media sosial memberikan kemudahan pada setiap penggunanya. Begitu pun dengan minat pada dasarnya minat tidak dapat dipaksakan karena muncul dengan sendirinya. Minat ini yang akan mendorong mahasiswa untuk melakukan apa yang menjadi minatnya.

Apabila tidak adanya minat dalam diri maka yang terjadi usaha yang dilakukan tidak akan berjalan dalam jangka waktu lama. Pengguna harusla mampu memanfaatkan segala peluang yang ada seperti berjualan atau mempromosi barang/jasa. Dan juga dengan media sosial akan cepat menemukan konsumen. Seperti yang dikemukakan oleh Mulyadi dan Puspitasari bahwasanya “pertumbuhan pengguna *platform* media sosial membuat banyak orang terpacu ide kreatifnya untuk mencari sumber penghasilan. Mereka memasarkan aneka produk kreatif dengan memanfaatkan koneksi pertemanan yang ada. Dengan demikian jelas terlihat bahwa peranan media sosial di dalam industri kreatif berpengaruh kepada tumbuhnya minat wirausaha seseorang.”¹⁰⁰

2. Upaya Dalam Menumbuhkan Minat Wirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah Palembang

Menjadi pengangguran merupakan suatu keadaan yang banyak ditakuti oleh orang dewasa. Akan tetapi, membangun jiwa wirausaha pun tidaklah mudah

¹⁰⁰ Mulyandi and Puspitasari, “Industri Kreatif, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan.

sehingga menjadi sebuah tantangan tersendiri. Saat ini kebanyakan orang lebih fokus mencari pekerjaan daripada menciptakan lapangan pekerjaan, yang mana persaingan dalam dunia kerja pun semakin ketat. Sebagai mahasiswa, sudah seharusnya kita dapat mencari solusi atas permasalahan yang kita hadapi. Maka untuk dapat menghindari pesatnya dunia kerja yang semakin menyempitkan peluang kita, perlunya menumbuhkan dan mengembangkan jiwa wirausaha pada kalangan mahasiswa.

Menumbuhkan dan mengembangkan jiwa wirausaha dikalangan mahasiswa suatu keyakinan untuk menekan angka pengangguran yang ada. Mahasiswa adalah sebagai *agent of change* juga *agent of control* masa depan haruslah mampu mengembangkan ilmu yang telah mereka dapat di kampus sebagai bekal dasar sebelum mahasiswa menginjakkan kaki mereka di lingkungan masyarakat yang penuh dengan persaingan.

Terkait penjelasan diatas maka setiap mahasiswa haruslah mampu menggunakan media sosial sebagai alat atau prantara dalam berwirausaha. Dalam hal ini banyak yang perlu kita sadari dalam memulai suatu usaha di perlukannya informasi-informasi yang berkaitan dengan kewirausahaan maka dari perlu nya peran penggunaan media sosial sebagai pemicu bagi mahasiswa yang akan menekuni suatu usaha tertentu. Maka dari itu peneliti melakukan wawancara dengan M Reza salah satu mahasiswa febi program studi ekonomi syariah ia berpendapat bahwasanya :

“Tentunya upaya yang saya lakukan untuk berwirausaha yaitu menganalisis target konsumen, dan mencari informasi-informasi tentang kewirausahaan”¹⁰¹

Hal yang sama juga di katakan oleh Putri sebagai mahasiswi program studi ekonomi syariah ia berpendapat bahwasanya :

“Menurut saya, pentinnya aktif dalam media sosial agar mengetahui trend apa yang sedang di gemari saat ini, serta relasi yang banyak”¹⁰²

Berbeda dengan informan sebelumnya, Novira salah satu mahasiswi program studi ekonomi syariah, ia berpendapat bahwasanya :

“Tidak cukup dengan aktif di media soisial jika modal saja tidak cukup,jadi saya sendiri menyadari pentingnya modal awal untuk memulai usaha”¹⁰³

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwasanya, Upaya yang kita lakukan dalam menumbuhkan minat berwirausaha di perlukan pengetahuan dalam segala aspek tentang kewirausahaan. Salah satunya mencari informasi tentang apa yang sangat di gemari dan di sukai sekarang ini. Dengan melauai media sosial tentu nya mempermudah kita dalam mencari informasi yang kita perlukan untuk memulai usaha tertentu.

¹⁰¹ M Reza, Mahasiswa febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 19 juli 2022

¹⁰² Putri, Mahasiswa febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 19 juli 2022

¹⁰³ Novira, Mahasiswa febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 19 juli 2022

Disamping itu di dalam berwirausaha di perlukannya niat dan keinginan yang kuat, mengingat pada saat ini banyak nya pengangguran terdidik akibat kurangnya lapangan pekerjaan. Perlunya pemahaman tentang kewirausahaan yang merupakan proses pengembangan dan penerapan kreatifitas serta inovasi dalam menyelesaikan masalah dan mampu melihat peluang untuk menciptakan suatu usaha, Kebanyakan kendala bagi seseorang terutama mahasiswa yang mencoba untuk memulai usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti takut mencoba, keterbatasan modal, inovasi, dan niat. Keempat faktor tersebut sebenarnya bisa diatasi jika seseorang memiliki pemikiran yang positif dan kreatif. Mahasiswa sebagai calon penerus bangsa harus menyikapi itu dengan baik untuk bisa memanfaatkan peluang yang ada.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Minat Dalam Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah Palembang

a. Faktor Pendukung

Banyak faktor yang mendorong atau mendukung mahasiswa untuk berwirausaha, hal-hal yang mendukung ini juga tidak terlepas dari minat dan tujuan yang dimilikinya sejak awal. Secara umum, beberapa faktor pendorong mahasiswa untuk berwirausaha antara lain:

1. Kegemaran / kesukaan (hobi) terhadap usaha yang di jalankan

Kecintaan atau kesukaan terhadap suatu hal menjadi salah satu pendorong mahasiswa untuk berwirausaha. Di samping dapat memberikan tambahan pemasukan, mahasiswa juga dapat mengaktualisasikan hobinya sehingga

diperoleh kepuasan tersendiri. Sebagai mana yang di katakan oleh Tania sebagai mahasiswi febi program studi ekonomi syariah, ia berpendapat bahwasanya :

“Semua berawal dari hobi, ketika melihat ada peluang, semua berjalan dengan sendirinya, dan saya kira jika bisnis didasari dengan hobi atau kecintaan akan sesuatu, semua akan berjalan dengan baik dan berkembang”¹⁰⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dikatakan bahwa adanya kegemaran (hobi) mahasiswa terhadap sesuatu hal, ditambah adanya peluang menjadi salah satu pendorong atau pendukung mahasiswa untuk berwirausaha.

2. Keluarga dan lingkungan

Kondisi keluarga yang baik dan adanya peluang usaha dan keberadaan konsumen serta kondisi lingkungan yang baik, sangat mendukung mahasiswa untuk berwirausaha. Terlebih tempat usaha yang berada di lingkungan sekitar kampus, sehingga kalangan mahasiswa menjadi pasar yang baik. Seperti yang di katakan oleh Khofifah sebagai mahasiswi program studi ekonomi syariah kepada peneliti, ia berpendapat bahwasanya :

“Tentunya Faktor eksternal yang mendukung adalah advertising manual yang berkembang lewat teman-teman, kondisi pasar atau lingkungan

¹⁰⁴ Tania, Mahasiswi febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 20 juli 2022

kerajinan, dan ketersediaan jaringan promosi secara persuasive Promosi-promosi melalui media soisal sangat membantu dikalangan mahasiswa.”¹⁰⁵

Jadi dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kondisi lingkungan dan keberadaan pasar yang baik serta adanya peluang usaha seperti adanya kegiatan-kegiatan tertentu, seperti perlombaan di lingkungan masyarakat dapat menjadi salah satu faktor pendorong mahasiswa untuk berwirausaha.

b. Faktor Penghambat

Masing-masing usaha memiliki kendala dan hambatan sendiri-sendiri. Secara umum, beberapa hambatan atau kendala yang dihadapi para mahasiswa di dalam menjalankan usahanya.

1. Belum adanya keberanian untuk berwirausaha yang menjadi hambatan utama. Perlunya rasa percaya diri dan keberanian dalam menghadapi hambatan dan tantangan dalam memulai suatu usaha adalah suatu hal yang awal apabila tidak adanya rasa percaya diri dan keberanian untuk memulai maka yang terjadi suatu usaha tidak akan tercipta. Seperti halnya yang di katakan oleh M Fachrurozi sebagai mahasiswa yang telah melakukan kegiatan wirausaha, ia berpendapat bahwasanya :

“Ini menurut pengalaman saya, jika ingin memulai suatu usaha maka kita harus yakin dan mulai tumbuhkan rasa percaya diri terlebih dahulu

¹⁰⁵ Khofifah, Mahasiswi febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 20 juli 2022

dan tentunya di iringi dengan pengetahuan tentang kewirausahaan maka suatu usaha akan berjalan dengan baik.”¹⁰⁶

Dari hasil wawancara diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya pengetahuan kewirausahaan itu sangatlah penting ditambah dengan rasa percaya diri maka akan timbulah keberanian untuk memulai usaha.

2. Ketersediaan modal

Secara umum ketersediaan modal turut membuka peluang mahasiswa untuk berwirausaha. Modal yang diperoleh baik dari hasil menabung, investasi bersama (patungan), pemberian orang tua atau pinjaman dari orang lain membuka kesadaran mahasiswa untuk *commit to user* berwirausaha. Sehingga keberadaan modal menjadi awal berwirausaha. Seperti yang dikatakan oleh M Haris sebagai mahasiswa yang telah menekuni kegiatan berwirausaha, ia berpendapat bahwasanya :

“Menurut saya sendiri berdasarkan pengalaman faktor yang mendukung (faktor internal) adalah kondisi permodalan, ketersediaan bahan baku, kondisi keuangan, sikap produktif pemilik dalam menghasilkan karya.”¹⁰⁷

Dari hasil wawancara diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya kondisi permodalan harusla ada dalam memulai usaha apapun kondisi ini

¹⁰⁶ M Fachrurozi, Mahasiswa febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 20 juli 2022

¹⁰⁷ M Haris, Mahasiswa febi program studi ekonomi syariah, wawancara dengan peneliti di fakultas ekonomi dan bisnis islam, tanggal 20 juli 2022

sering kali terjadi dan bahkan menjadi hambatan bagi mahasiswa yang ingin berwirausaha.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dalam mencari hasil yang dibutuhkan peneliti sebagaimana yang telah terurai pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Peran penggunaan media sosial dalam menumbuhkan minat berwirausaha sangatlah penting sebagai pemicu atau mendorong karena media sosial dapat menyediakan tempat bagi setiap orang yang ingin berwirausaha, melalui berbagai platform media sosial yang mudah dan tidak memerlukan biaya yang begitu banyak.
2. Adapun upaya dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa yaitu :

- a. Motivasi

Dengan adanya motivasi mahasiswa dapat merasa percaya diri untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat dorongan atau dukungan yang di dapat dari luar mampu menggerakkan dan mengarahkan keinginan setiap individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan secara mandiri, berani mengambil risiko, kreatif, dan inovatif.

- b. Percaya diri

Dengan memiliki rasa percaya diri mahasiswa dapat mengukur tingkat kemampuannya dalam menjalankan atau mengarahkan dalam suatu pencapaian, keinginan, dan harapannya.

c. Pengetahuan kewirausahaan

Dengan adanya pengetahuan yang luas mahasiswa mampu mencerminkan karakter dalam diri yang dapat mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif.

d. Kesiapan untuk menjadi wirausaha

Dengan memiliki kesiapan dalam berwirausaha mahasiswa mampu menganalisis suatu kondisi kedepannya dalam berwirausaha dan menerima risiko yang mungkin akan terjadi dalam suatu usaha tertentu.

3. Adanya faktor pendukung dan penghambat minat dalam berwirausaha menjadi salah satu pemicu. Sebagian besar mahasiswa memiliki keinginan untuk berwirausaha akan tetapi memiliki suatu kendala yang bersifat internal dan eksternal, faktor internal disebabkan oleh belum adanya keberanian dan keinginan diri untuk menerima risiko yang akan terjadi dalam menjalankan usaha, dari hasil penelitian menyatakan banyak mahasiswa yang kurang percaya diri dan belum memiliki keberanian akan tetapi berminat untuk berwirausaha. Adapun faktor eksternal yang berasal dari luar yang menyebabkan tidak berjalannya suatu usaha, dari hasil penelitian menyatakan bahwa kurangnya dukungan keluarga dan memiliki latar belakang ekonomi serba pas-pasan.

B. Saran

Setelah peneliti membahas peran penggunaan media sosial dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa program studi ekonomi syariah UIN Raden Fatah Palembang, maka peneliti akan memberikan saran kepada pihak terkait, yaitu :

1. Peran pengguna media sosial menjadi awal yang harus dikuasai oleh setiap mahasiswa yang ingin berwirausaha guna menciptakan kreatifitas diri yang mampu bersaing.
2. Pemahaman kewirausahaan harusla menjadi pegangan dalam menjalankan suatu usaha agar mampu memberikan inovasi yang dapat menarik minat konsumen.
3. Terciptanya usaha yang sukses diperlukan motivasi dan keyakinan, serta rasa percaya diri guna tercapainya tujuan tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif Nur Rahmadi. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI." *jurnal ekonomi kediri* 01, no. 02 (2016): 153–169.
- Allcott, Hunt, et al. "The Welfare Effects of Social Media." *American Economic Review* 110, no. 03 (2020): 629–79.
- Badan Pusat Statistik. "Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sebesar 6,26 Persen." *Bps.Go.Id*. Last modified 2021. Accessed April 11, 2022. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/05/05/1815/februari-2021--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-6-26-persen.html>.
- Cania, Nada, and Rosalina Dewi Heryani. "PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM," no. October (2020): 91–101.
- Dicky Prastya. "Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022." *Suara.Com*. Last modified 2022. Accessed June 4, 2022. <https://www.suara.com/teknologi/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022?page=all>.
- Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, Dewi Sinta. "Buku Ajar Kewirausahaan Entrepreneur Agribusiness Start Your Own Buisness." *Journal of Chemical Information and Modeling* 8, no. 9 (2017): 1–58.
- Intan, tangkeallo dian, tangdialla randi. "Analisis Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja" 4, no. 2006 (2021): 74–79.
- Kadir, Haris Abd. "Analisis Jejaring Sosial Sebagai Media Untuk Minat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu" 6 (2019): 135–140.
- kusumadewi ade nurhayati. "IMPLEMENTASI JIWA WIRAUSAHA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWI PURWAKARTA." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2 (2020): 87–94.
- Muhammad, Mahmuda Mulia. "Social Entrepreneurship Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat Berdasarkan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah." *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum* 2, no. 2 (2020): 68.
- muthmainnah nurul. "PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITS MUSLIM INDONESIA." *universitas muslim indonesia* (n.d.).

- Olanrewaju, Abdus Samad Temitope, Mohammad Alamgir Hossain, Naomi Whiteside, and Paul Mercieca. "Social Media and Entrepreneurship Research: A Literature Review." *International Journal of Information Management* 50 (February 1, 2020): 90–110.
- Prasetio., Tio. "Analysis the Influence Use of Social Media, Intrinsic Motivation, and Entrepreneurship Knowledge on Student Entrepreneurial Interest." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 18, no. 1 (2020): 35–46.
- Rahayu, Eswanto Sugeng, Siti Laela, and Minat Berwirausaha. "Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa" 20, no. 03 (2018): 203–216.
- Ratna Sari Dewi. "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KREATIVITAS BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG Ratna." *JUDIKA (JURNAL PENDIDIKAN UNSIKA)* 6, no. November (2018): 86–92.
- Rusdiana. *Kewirausahaan: Teori Dan Praktik*. Edisi Kedu. Bandung: SETIA, CV PUSTAKA, 2018.
- Satrionugroho, Bambang, and Sri Tomo. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi." *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKOMSiN)* 8, no. 2 (2020): 35–39.
- sukirman. "Jiwa Kewirausahaan Dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan" 20, no. 1 (2017): 113–132.
- Tomo, Sri. "ANALISA PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL , MOTIVASI DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UNTUK BERWIRAUSAHA (STUDI KASUS DI STMIK SINAR NUSANTARA" 3, no. 2 (2020): 87–91.
- Wahyu Putro A. "Angka Pengangguran Turun Pada Februari 2022, Tapi Belum Kembali Ke Level Pra Covid-19." *KONTAN.CO.ID - JAKARTA*. Last modified 2022. Accessed June 4, 2022. <https://nasional.kontan.co.id/news/angka-pengangguran-turun-pada-februari-2022-tapi-belum-kembali-ke-level-pra-covid-19>.
- Afif Nur Rahmadi. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI." *jurnal ekonomi kediri* 01, no. 02 (2016): 153–169.

- Ajeng Rahayu. "MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI BANDUNG ANGKATAN 2013 & 2014." *Journal of Geotechnical and Geoenvironmental Engineering ASCE* 120, no. 11 (2015): 259.
- Cania, Nada, and Rosalina Dewi Heryani. "PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA PESERTA DIDIK DI SMK PLUS PELITA NUSANTARA," no. October (2020): 91–101.
- Cross, Michael. "Social Media Security: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk." *Social Media Security: Leveraging Social Networking while Mitigating Risk* (January 1, 2013): 1–328.
- Dalimunthe, R. F., & Marhaini. "Kewirausahaan Membangun Pola Pikir Berwirausaha Menuju Perencanaan Bisnis." *Medan: CV. Joehanda.* (2017).
- eka apriliyaty. "PENGARUH KEPERIBADIAN WIRAUSAHA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, DAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA SMK." *jurnal pendidikan vokasi* 2, no. 3 (2012): 311–324.
- Fauziah, Nur. "EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syariah PERAN GENERASI MILENIAL DALAM KEWIRAUSAHAAN YANG BERBASIS NILAI-NILAI ISLAMI." *Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2020): 93–108. Accessed June 6, 2022. <http://ejournal.stainim.ac.id/index.php/ekosiana>.

- Fitriah, Nurul. “Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–1699.
- Fitroh Rismy Farazila Economics Nsafe and Vol No. “Prosiding National Seminar on Accounting , Finance , Strategi Dan Implementasi Teknologi Informasi Pada Audit Era Digital” 1, no. 2 (2021): 1–5.
- Hani, Eka Aprilia, and Lisa Rokhmani. “Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Dan Jiwa Wirausaha Pada Siswa SMA Negeri 2 Malang.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11, no. 1 (2018): 20–28.
- Hassan, Aamir, Imran Saleem, Imran Anwar, and Syed Abid Hussain. “Entrepreneurial Intention of Indian University Students: The Role of Opportunity Recognition and Entrepreneurship Education.” *Education and Training* 62, no. 7–8 (2020): 843–861.
- Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, Dewi Sinta. “Buku Ajar Kewirausahaan Entrepreneur Agribuisiness Start Your Own Buisness.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 8, no. 9 (2017): 1–58.
- I SM, Putu Agus Eka Pratama. *Smart City Beserta Cloud Dan Teknologi Pendukung Lainnya*. Bandung: informatika, 2014.
- Indoworo, Hawik Ervina. “Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media.” *Jurnal Informatika Upgris* 2, no. 1 (2016): 45–55.

- Indyah Hartami Santi dan Bayu Erdan. “Technology Acceptance Model Penggunaanya Pada Analisis User Experience Dalam Penerimaan Sistem Informasi Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat.” *yogyakarta:NEM*, no. hlm.9 (2021).
- Intan, tangkeallo dian, tangdialla randi. “Analisis Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja” 4, no. 2006 (2021): 74–79.
- Irwan. *Etika Dan Perilaku Kesehatan*. yogyakarta: Absolute Media, 2018.
- Kadir, Haris Abd. “Analisis Jejaring Sosial Sebagai Media Untuk Minat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu” 6 (2019): 135–140.
- Kamaluddin. “Kewirausahaan Dalam Pandangan Islam.” *Jurnal An-Nahdhah* 1, no. 1 (2019): 302–310.
- Koranti, Komsu. “ANALISIS PENGARUH FAKTOR EKSTERNAL DAN INTERNAL” 5, no. 1998 (2013): 8–9.
- kusumadewi ade nurhayati. “IMPLEMENTASI JIWA WIRAUSAHA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWI PURWAKARTA.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2 (2020): 87–94.
- L.V, Yuhendri. “Pengaruh Kebutuhan Akan Prestasi, Locus Kendali, Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri

- Padang.” *Jurnal Penelitian Pendidikan* 14, no. 1 (2016).
- Maulana, Fikri. “Pendidikan Kewirausahaan Dalam Islam.” *IQ (Ilmu Al-qur’an): Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 01 (1970): 30–44.
- Mulyandi, Muhammad Rachman, and Veny Anindya Puspitasari. “Industri Kreatif, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan.” *National Conference of Creative Industry*, no. September (2018): 5–6.
- Nasrullah. *Media Sosial*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Rahayu, Eswanto Sugeng, and Siti Laela. “Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa” 20, no. 03 (2018): 203–216.
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. “Membangun Perilaku Entrepreneur Pada Mahasiswa Melalui Entrepreneurship Education.” *Jbma* 3, no. 1 (2016): 79–86.
- Rijal, Akmalur. “Kewirausahaan Sosial Di Indonesia (Apa , Mengapa , Kapan , Siapa Dan Bagaimana).” *Meraja Journal* 2, no. 3 (2019): 25–40.
- Satrionugroho, Bambang, and Sri Tomo. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Di Bidang Teknologi.” *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKOMSiN)* 8, no. 2 (2020): 35–39.
- Sumerta, I Komang, Ni Komang Redianingsih, I Made Baji Pranawa, and Desak Nyoman

Tri Indahyani. “Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar.” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 7 (2020): 627.

Uswaterrasul, Yahya, and Kristina Sisilia. “ANALISIS MINAT DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA MAHASISWA (Studi Pada Program Studi Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2011) ANALYSIS OF STUDENT ’ S ENTREPRENEURIAL INTENTION AND ENTREPRENEURIAL MOTIVATION (A Study on Business Administration Study.” *e-Proceeding of Management* 2, no. 3 (2015): 3586–3596.

Widodo, Aris Slamet. *Kewirausahaan*. Pertama. yogyakarta: jaring inspiratif, 2012.

WINARSIH, PUJI. “MINAT BERWIRAUSAHA DITINJAU DARI MOTIVASI DAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA ANGKATAN 2011/2012.” *JURNAL PUBLIKASI* 1, no. hal 140 (2014): 43.
<http://www.springer.com/series/15440%0Apapers://ae99785b-2213-416d-aa7e-3a12880cc9b9/Paper/p18311>.

Yuniarta, Gede Adi, and I. Ni Luh Gede Erni Sulindawati. *Kewirausahaan Dan Aspek-Aspek Studi Khalayak Bisnis Usaha*. yogyakarta: graha ilmu, 2015.

LAMPIRAN

