

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Berdirinya IAIN Kudus

Sejarah berdirinya IAIN Kudus dimulai pada bulan Maret 1997 dengan dikeluarkannya Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Kemudian dikeluarkan surat Keputusan Menteri Agama Nomor: E/125/1997 tentang pengangkatan Drs. H. Muslim A. Kadir, MA. sebagai Pjs. Ketua STAIN Kudus dengan tugas berat untuk melanjutkan perjalanan STAIN ke tahap berikutnya.

Kemudian keluar SK Menteri Agama tahun 1997 tentang Susunan Organisasi STAIN Kudus dan SK Menteri Agama tahun 1997 No.383 tentang Kurikulum dan Teknik STAIN, Kemenag RI mengeluarkan surat dari Dirjen BINBAGA Islam No.: E/136/1997, yang mengatur tentang pengalihan status dan fakultas daerah menjadi STAIN. Dalam proses perkembangannya, animo masyarakat semakin besar dan kebutuhan akan peraturan baru semakin tinggi, pimpinan STAIN Kudus dengan Ketua Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I., mulai tahun 2016 mengajukan proposal perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam menjadi Institut Agama Islam Negeri. Setelah melalui proses yang panjang, pada tahun 2018 melalui Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2018 tanggal 7 April 2018 STAIN Kudus resmi berubah bentuk menjadi Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN Kudus) dan melalui Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor B.II/3/15450 tanggal 18 April 2018 mengangkat Dr. H. Mundakir, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Kudus. Pada Desember 2018, terbit Peraturan Menteri Agama RI No. 33 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Kudus yang menjadi dasar berdirinya lima Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, serta Pascasarjana. Pada 2 Februari 2019, terbit Peraturan Menteri Agama RI No. 1 Tahun 2019 tentang STATUTA IAIN Kudus yang menjadi dasar tata kelola untuk semua organ kelembagaan IAIN Kudus. Sekarang ini, IAIN

Kudus memiliki 5 Fakultas. Fakultas Tarbiyah mengelola 10 prodi, Fakultas Syariah mengelola 2 prodi, Fakultas Ushuludin mengelola 4 prodi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam mengelola 5 prodi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengelola 5 prodi. Pascasarjana mengelola 3 prodi. Jumlah prodi secara keseluruhan ada 29 prodi.¹

b. Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Perkembangan IAIN Kudus tidak terlepas dari bekal sejarah kedua Sunan (Sunan Kudus dan Sunan Muria), sehingga latar belakang berdirinya IAIN Kudus adalah untuk merespon warisan sejarah Kudus yang sarat akan nilai-nilai islam yang ditulis oleh Sunan Kudus dan Sunan Muria. Selain konsep “Gusjigang” yang berakar kuat pada budaya lokal Kota Kudus mendorong perkembangan ekonomi dan komersial.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) diawali dengan berdirinya Program Penelitian Ekonomi Islam berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Lembaga Islam (SK Menag No DJII/181/2002 tanggal 28 Juni 2002) Prodi Ekonomi Islam dimasukkan dalam Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam yang selanjutnya memiliki beberapa program studi, yaitu Ekonomi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, Ahwal Al-Syakhshiyah, Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah, dan Hukum Ekonomi Syariah. Setelah terjadi perubahan status dari STAIN Kudus menjadi IAIN Kudus, Program Studi Syariah dan Ekonomi Islam dipecah menjadi 2 fakultas, Fakultas Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Fakultas Syariah terdiri dari Prodi Ahwal Al-Syakhshiyah dan Hukum Ekonomi Syariah. Sedangkan FEBI terdiri dari Prodi Ekonomi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, Perbankan Syariah, dan Akuntansi Syariah.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus merupakan divisi dari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Perubahan nomenklatur tersebut didasarkan pada perubahan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus menjadi Institut Agama Islam Negeri Kudus berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2018 tanggal 5 April 2018. Saat ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 5 program studi diantaranya yaitu Program

¹ <https://iainkudus.ac.id/#>

Studi Manajemen Bisnis Syariah dengan tahun berjalan 2011 dan status saat ini Sangat Baik, Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf dengan tahun berjalan 2013 dan status saat ini Sangat Baik, Program Studi Ekonomi Syariah dengan tahun operasional 2013 dan status saat ini Baik, Program Studi Perbankan Syariah dengan tahun operasional 2016 dan status saat ini Baik dan Program Studi Akuntansi Syariah dengan tahun operasional 2016 dan status saat ini Baik.

FEBI IAIN Kudus kondisi awal saat ini adalah sebagai berikut:

- 1) Berupaya mewujudkan institusi dengan tata kelola yang baik.
 - 2) Rasio tenaga pengajar dengan jumlah mahasiswa menuju mendekati ideal.
 - 3) Kecukupan tenaga pengajar masih dalam kisaran menuju ideal.
 - 4) Pendidik dan tenaga kependidikan terbagi menjadi pegawai negeri (PNS) dan non-PNS.
 - 5) Tantangan mengelola input mahasiswa yang heterogen untuk kualifikasikompetitif di Asia Tenggara
 - 6) Mencapai ketersediaan sarana dan prasarana yang ideal.²
- c. **Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

Visi

“Menjadi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Berbasis Islam Terapan Bereputasi di Asia Tenggara Tahun 2030”.

Visi tersebut menggambarkan kondisi masa depan yang diharapkan oleh semua pemangku kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pernyataan Islam Terapan merupakan cara berpikir yang mengedepankan kesadaran untuk melakukan pergeseran kepada Islam yang humanis, aplikatif dan produktif.
2. Pernyataan Bereputasi Di Asia Tenggara mengandung arti, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus mendapatkan pengakuan sebagai mitra dalam kegiatan Tri Dharma perguruan tinggi di kawasan Asia Tenggara
3. Pernyataan Tahun 2030 merupakan tahun ketercapaian visi di akhir periode perencanaan.

² <https://febi.iainkudus.ac.id/laman-749-sejarah.html>

Misi

Misi IAIN Kudus adalah menyelenggarakan Tri Dharma perguruan tinggi untuk menghasilkan sarjana dengan keilmuan Islam yang humanis, aplikatif, dan produktif. Adapun misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas pendidikan dan pengajaran ekonomi dan bisnis Islam
2. Meningkatkan kualitas penelitian ekonomi dan bisnis Islam
3. Mengembangkan pengabdian kepada masyarakat melalui penguatan nilai-nilai Islam berorientasi pada kearifan lokal
4. Memantapkan tata kelola fakultas yang baik (Good Governance).

Tujuan

Tujuan FEBI IAIN Kudus diturunkan dari visi dan misi FEBI IAIN Kudus. Berdasarkan hasil peninjauan dan evaluasi renstra fakultas ekonomi dan bisnis Islam tahun 2021, tujuan fakultas sebagai berikut:

1. Peningkatan kualitas lulusan yang berwawasan dan berintegritas di bidang ekonomi dan bisnis Islam
2. Peningkatan kualitas penelitian ekonomi dan bisnis Islam dengan luaran publikasi pada jurnal nasional dan internasional yang bereputasi
3. Pengembangan karya pengabdian kepada masyarakat yang aplikatif dan adaptif dengan kebutuhan masyarakat berbasis kearifan lokal.
4. Terwujudnya tata kelola Fakultas yang efektif, transparan, dan akuntabel.³

2. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden berisi tentang keadaan responden yang sebenarnya sehingga dapat memberikan rujukan tambahan dalam memahami penelitian. Untuk memahami interpretasi data penelitian yang telah diolah dan diolah dan hubungannya dengan variabel-variabel yang digunakan, dalam penelitian ini disajikan data berupa data deskriptif. Beberapa karakteristik responden dalam penelitian ini adalah:

a. Program Studi

Data dan persentase mengenai program studi mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis IAIN Kudus adalah sebagai berikut :

³ <https://febi.iainkudus.ac.id/laman-748-visi-misi-dan-tujuan.html>

Tabel 4. 1 Program Studi Responden

No	Program Studi	Jumlah
1	Ekonomi Syariah	36
2	Akuntansi Syariah	16
3	Perbankan Syariah	24
4	Manajemen Bisnis Syariah	21
5	Manajemen Zakat Wakaf	3
Jumlah		100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang tersebar di semua program studi terdapat 36 responden di prodi Ekonomi Syariah, 16 responden di prodi Akuntansi Syariah, 24 responden di prodi Perbankan Syariah, 21 responden di prodi Manajemen Bisnis Syariah, dan 3 responden di prodi Manajemen Zakat Wakaf.

b. Tahun Angkatan Responden

Data mengenai tahun angkatan responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Tahun Angkatan Responden

No	Tahun Angkatan	Jumlah	Persentase
1	2019	35	35%
2	2020	30	30%
3	2021	35	35%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil olah data pada Tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner merupakan mahasiswa yang sudah mendapat mata kuliah kewirausahaan, mahasiswa dari tahun angkatan 2019 sebanyak 35 responden (35%), mahasiswa tahun angkatan 2020 sebanyak 30 responden (30%), dan mahasiswa tahun angkatan 2021 sebanyak 35 responden (35%).

c. Pengalaman Berwirausaha Responden

Data mengenai pengalaman berwirausaha responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3 Pengalaman Berwirausaha Responden

No	Pengalaman Berwirausaha	Jumlah	Persentase
1	Pernah	60	60%
2	Belum	30	30%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil olah data pada Tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa dari 100 responden dalam penelitian ini sebanyak 60 responden (60%) sudah pernah melakukan wirausaha sedangkan sebanyak 40 responden (40%) yang lainnya belum pernah melakukan wirausaha. Jadi mayoritas responden merupakan mahasiswa yang sudah pernah melakukan wirausaha.

3. Deskripsi Kuesioner

Hasil dari setiap jawaban responden mengenai pengaruh *entrepreneurship education*, lingkungan, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus sebagai berikut:

a. Data Jawaban Responden *Entrepreneurship education*

Tanggapan responden tentang *entrepreneurship education* dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 4
Data Hasil Penelitian Variabel *Entrepreneurship Education*

No.	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Mata kuliah kewirausahaan di IAIN Kudus akan menjadikan saya wirausaha yang kompeten.	56 56%	42 42%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
2.	Materi yang diberikan oleh dosen menambah wawasan saya dalam menunjang keberhasilan menjadi wirausahawan.	53 53%	44 44%	3 3%	0 0%	0 0%	100 100%
3.	Wawasan yang saya dapatkan	58 58%	39 39%	3 3%	0 0%	0 0%	100 100%

	dari IAIN Kudus tentang kewirausahaan adalah apa yang saya butuhkan untuk menjalankan bisnis saya.						
4.	Program mata kuliah kewirausahaan menumbuhkan kesadaran saya untuk berwirausaha di usia muda.	50 50%	48 48%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
5.	Praktik kewirausahaan melatih saya untuk membentuk mental dalam berwirausaha.	55 55%	43 43%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
6.	Mata kuliah kewirausahaan di IAIN Kudus telah menumbuhkan kesadaran adanya peluang bisnis.	58 58%	40 40%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
7.	Kudus kerap mengadakan seminar mengenai kewirausahaan.	52 52%	46 46%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
8.	Dengan keikutsertaan saya dalam seminar	61 61%	36 36%	3 3%	0 0%	0 0%	100 100%

	kewirausahaan akan memotivasi saya untuk menjadi wirausahawan.						
--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.4 diatas, jawaban responden mengenai *entrepreneurship education* di IAIN Kudus dapat diketahui, item (Pernyataan 1) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 56 (56%), setuju responden 42 (42%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 2) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 53 (53%), setuju responden 44 (44%), netral responden 3 (3%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 3) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 58 (58%), setuju responden 39 (39%), netral responden 3 (3%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 4) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 50 (50%), setuju responden 48 (48%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 5) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 55 (55%), setuju responden 43 (43%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 6) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 58 (58%), setuju responden 40 (40%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 7) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 52 (52%), setuju responden 46 (46%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 8) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 61 (61%), setuju responden 36 (36%), netral responden 3 (3%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%).

b. Data Jawaban Responden Lingkungan

Tanggapan responden tentang lingkungan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 5
Data Hasil Penelitian Variabel Lingkungan

No	Pernyataan	Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Orang tua mendukung saya untuk berwirausaha.	59 59%	39 39%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
2.	Kondisi ekonomi keluarga mendorong saya untuk berwirausaha.	58 58%	39 39%	3 3%	0 0%	0 0%	100 100%
3.	Saya bergaul dengan teman yang berwirausaha.	61 61%	37 37%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
4.	Lingkungan tempat tinggal saya merupakan lokasi strategis untuk menjalankan wirausaha.	53 53%	42 42%	5 5%	0 0%	0 0%	100 100%
5.	Keinginan hidup mandiri meyakinkan saya untuk mulai berwirausaha.	61 61%	37 37%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
6.	Lingkungan sekitar mempengaruhi tantangan dan potensi keberhasilan wirausaha.	65 65%	33 33%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
7.	Kegiatan praktik di IAIN Kudus menumbuhkan ketertarikan saya untk berwirausaha.	57 57%	40 40%	3 3%	0 0%	0 0%	100 100%
8.	Orang tua saya adalah seorang wirausahawan sehingga saya tertarik untuk mengembangkannya.	62 62%	35 35%	3 3%	0 0%	0 0%	100 100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas, jawaban responden mengenai lingkungan dapat diketahui, item (Pernyataan 1)

responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 59 (59%), setuju responden 39 (39%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 2) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 58 (58%), setuju responden 39 (39%), netral responden 3 (3%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 3) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 61 (61%), setuju responden 37 (37%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 4) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 53 (53%), setuju responden 42 (42%), netral responden 5 (5%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 5) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 61 (61%), setuju responden 37 (37%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 6) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 65 (65%), setuju responden 33 (33%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 7) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 57 (57%), setuju responden 40 (40%), netral responden 3 (3%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 8) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 62 (62%), setuju responden 35 (35%), netral responden 3 (3%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%).

c. Data Jawaban Responden Media Sosial

Tanggapan responden tentang media sosial dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 6
Data Hasil Penelitian Variabel Media sosial

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Media sosial merupakan media yang cocok digunakan dalam berwirausaha.	54 54%	44 44%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%

2.	Sikap konsumtif manusia akibat media sosial mendorong saya untuk berwirausaha.	66 66%	31 31%	3 3%	0 0%	0 0%	100 100%
3.	Melalui media sosial saya bisa mengetahui kebiasaan dan keinginan para konsumen.	60 60%	38 38%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
4.	Mudahnya komunikasi jarak jauh mendukung saya untuk berwirausaha.	55 55%	42 42%	3 3%	0 0%	0 0%	100 100%
5.	Luasnya akses media sosial memberikan saya banyak informasi dan referensi untuk memulai wirausaha.	58 58%	40 40%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
6.	Mudahnya akses internet memudahkan saya dalam mengikuti perkembangan di pasar konsumen.	62 62%	36 36%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
7.	Melalui media sosial saya dapat berinteraksi lebih dekat dengan konsumen/audien.	48 48%	49 49%	3 3%	0 0%	0 0%	100 100%
8.	Sosial media memberikan saya banyak motivasi untuk memulai brwirausaha.	61 61%	37 37%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas, jawaban responden mengenai media sosial dapat diketahui, item (Pernyataan 1)

responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 54 (54%), setuju responden 44 (44%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 2) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 66 (66%), setuju responden 31 (31%), netral responden 3 (3%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 3) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 60 (60%), setuju responden 38 (38%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 4) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 55 (55%), setuju responden 42 (42%), netral responden 3 (3%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 5) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 58 (58%), setuju responden 40 (40%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 6) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 62 (62%), setuju responden 36 (36%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 7) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 48 (48%), setuju responden 49 (49%), netral responden 3 (3%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 8) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 61 (61%), setuju responden 37 (37%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%).

d. Data Jawaban Responden Minat Berwirausaha

Tanggapan responden tentang minat berwirausaha dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 7
Data Hasil Penelitian Variabel Minat Berwirausaha

No.	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Dengan ilmu kewirausahaan yang saya miliki, saya akan menjadi pengusaha sukses.	57 57%	41 41%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%

2.	Praktik wirausaha yang saya lakukan menjadikan saya lebih percaya diri.	67 67%	29 29%	4 4%	0 0%	0 0%	100 100%
3.	Saya merasa senang mencoba hal-hal baru.	50 50%	47 47%	3 3%	0 0%	0 0%	100 100%
4.	Saya lebih tertarik berprofesi menjadi wirausahawan dari pada menjadi pegawai kantor.	50 50%	48 48%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
5.	Dengan wirausaha saya percaya bahwa kehidupan akan lebih baik di masa depan.	57 57%	41 41%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
6.	Saya ingin menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar.	55 55%	43 43%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
7.	Saya merasa senang mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari dari hasil berwirausaha.	58 58%	40 40%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
8.	Saya mampu hidup mandiri melalui berwirausaha.	55 55%	43 43%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas, jawaban responden mengenai minat berwirausaha di IAIN Kudus dapat diketahui, item (Pernyataan 1) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 57 (57%), setuju responden 41 (41%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 2) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 67 (67%), setuju responden 29 (29%), netral responden 4 (4%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 3) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 50 (50%), setuju responden

47 (47%), netral responden 3 (3%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 4) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 50 (50%), setuju responden 48 (48%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 5) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 57 (57%), setuju responden 41 (41%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 6) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 55 (55%), setuju responden 43 (43%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 7) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 58 (58%), setuju responden 40 (40%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%). Item (Pernyataan 8) responden menjawab sangat setuju berjumlah responden 55 (55%), setuju responden 43 (43%), netral responden 2 (2%), tidak setuju responden 0 (0%), dan sangat tidak setuju responden 0 (0%).

B. Hasil Pengujian Intrumen

Setelah pengumpulan data selesai, akan diuji validitas dan reliabilitas pernyataan-pernyataan dalam variabel pengujian yang sudah ditetapkan. Uji validitas ini menggunakan program pengolahan data SPSS versi 26, dan berikut perolehan hasil pengolahan datanya:

1. Hasil Uji Validitas

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keputusan
<i>Entrepreneurship education</i>				
X1	Q1	0,578	0,195	Valid
	Q2	0,472	0,195	Valid
	Q3	0,542	0,195	Valid
	Q4	0,558	0,195	Valid
	Q5	0,494	0,195	Valid
	Q6	0,645	0,195	Valid
	Q7	0,476	0,195	Valid
	Q8	0,540	0,195	Valid
Lingkungan				

X2	Q9	0,524	0,195	Valid
	Q10	0,467	0,195	Valid
	Q11	0,457	0,195	Valid
	Q12	0,515	0,195	Valid
	Q13	0,500	0,195	Valid
	Q14	0,622	0,195	Valid
	Q15	0,506	0,195	Valid
	Q16	0,534	0,195	Valid
Media Sosial				
X3	Q17	0,540	0,195	Valid
	Q18	0,433	0,195	Valid
	Q19	0,480	0,195	Valid
	Q20	0,645	0,195	Valid
	Q21	0,495	0,195	Valid
	Q22	0,687	0,195	Valid
	Q23	0,609	0,195	Valid
	Q24	0,629	0,195	Valid
Minat Berwirausaha				
Y	P1	0,665	0,195	Valid
	P2	0,555	0,195	Valid
	P3	0,700	0,195	Valid
	P4	0,597	0,195	Valid
	P5	0,487	0,195	Valid
	P6	0,534	0,195	Valid
	P7	0,493	0,195	Valid
	P8	0,745	0,195	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Uji validitas dapat dilihat berdasarkan tabel 4.8 pada nilai *Corrected Item Total Correlation*/ r_{hitung} dan r_{tabel} . Berdasarkan hasil data kuesioner yang telah diolah melalui SPSS 26, diketahui bahwa semua item pernyataan menunjukkan nilai r hitung *Corrected Item Total Correlation* > r tabel yaitu 0,195 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yaitu *entrepreneurship education* (X1), lingkungan (X2), media sosial (X3) dan minat berwirausaha (Y) dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Varia0,647bel	Cor Cronbach's Alpha	Batas Reabilitas	N of Items	Keputusan
<i>Entrepreneurship education (X1)</i>	0,649	0,60	8	Reliabel
Lingkungan (X2)	0,605	0,60	8	Reliabel
Media sosial (X3)	0,695	0,60	8	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,742	0,60	8	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Data yang telah diuji dengan uji statistic akan dinyatakan reliabel apabila memperoleh nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

Hasil uji reliabilotas dapat dilihat berdasarkan nilai *Cor Cronbach's Alpha*, batas reliabilitas dan *N of Items* pada Tabel 4.9. Hasil dari perolehan data uji reliabilitas 100 responden dikatakan reliabel karena semua variabel menghasilkan Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 yaitu *entrepreneurship education (X1)* = 0,649, lingkungan (X2) = 0,605, media sosial (X3) = 0,695, dan minat berwirausaha (Y) = 0,742.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Peneliti menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)* untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan normal jika nilai signifikansi > 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas peneliti menghasilkan sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Smirnov Test	Kolmogorov-Parameters	Unstandardized Residual
N		100
Normal		.0000000
Mean		1.45556267
Std. Deviation		.07
Most Extreme Differences		.077
Absolute		-.048
Positive		.077

Negative Test Statistic Asymp. Sig. (2-tailed)	.186 ^c
---	-------------------

Sumber : Hasil data diolah IBM SPSS 26 (2023)

Hasil uji normalitas pada Tabel 4.7 di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,186. Artinya nilai signifikansi data lebih besar dari 0,05 ($0,186 > 0,05$) dan dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan layak dijadikan penelitian.

2. Hasil Uji Multikolonieritas

Peneliti menggunakan uji multikolonieritas dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi yang dilakukan berdasarkan uji statistik. Model regresi yang baik yaitu ketika tidak adanya gejala multikolonieritas dengan melakukan *review* informasi dari nilai *tolerance* dan nilai VIP. Dikatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas yaitu apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai $VIP < 10,00$. Kecil besarnya hubungan antar variabel independen dapat dilihat berdasarkan hasil uji statistik berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity	
	Tolerance	FIV
1 (Constan)		
<i>Entrepreneurship education</i>	.236	4.235
Lingkungan	.568	1.760
Media sosial	.262	3.818

Sumber : Hasil data diolah IBM SPSS 26 (2023)

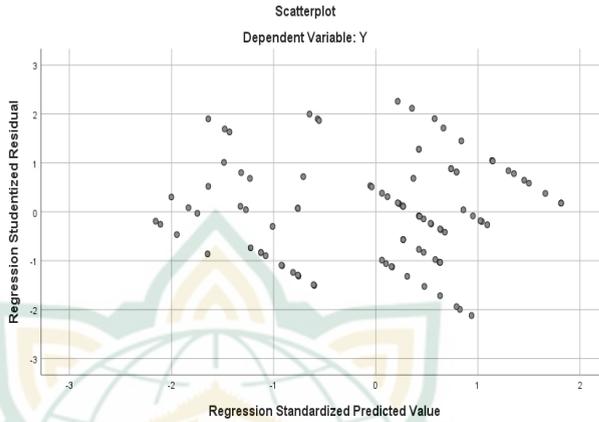
Pada Tabel 4.11 di atas menunjukkan hasil uji multikolonieritas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIP. Dapat dilihat bahwa *entrepreneurship education* mempunyai nilai *tolerance* 0,236, lingkungan memiliki nilai *tolerance* 0,568 dan media sosial memiliki nilai *tolerance* 0,262. Dapat dilihat juga bahwa *entrepreneurship education* memiliki nilai VIP 4,235, lingkungan memiliki nilai VIP 1,760 dan media sosial memiliki nilai VIP 3.818. Uji multikolonieritas data pada penelitian ini dinyatakan tidak ada problem multikolonieritas karena nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai $VIP < 10,00$.

3. Hasil Uji Heteroskedarisitas

Uji heteroskedarisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Heteroskedarisitas menjadi tolok

ukur dari persamaan regresi karena model regresi yang baik yaitu ketika tidak adanya gejala heteroskedaristas.

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedaristas



Sumber : Hasil data diolah IBM SPSS 26 (2023)

Hasil uji heteroskedaristas pada penelitian ini melalui *scatterplot* pada Gambar 4.1 diatas, menunjukkan bahwa data dari (titik-titik) yang berkumpul tidak berbentuk pola tertentu (bergelombang), tidak menghubungkan satu tempat ke tempat yang lain. Pada gambar di atas, titik-titik menyebar antara titik 0 baik diatas dan di hingga, yang artinya dapat ditarik kesimpulan bahwa uji regresi yang telah diolah tidak terjadi gejala heteroskedaristas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain dengan model regresi. Model regresi yang baik yaitu ketika tidak terjadi gejala autokorelasi. Adapun cara mendeteksinya yaitu menggunakan Uji Durbin-Waston (DW Test) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $d < dl$, berarti terdapat autokorelasi positif.
- b. Jika $d > (4-dl)$, berarti terdapat autokorelasi negatif.
- c. Jika $du < d < (4-dl)$, berarti tidak terdapat autokorelasi.
- d. Jika $dl < d < du$ atau $(4-du)$, berarti tidak dapat disimpulkan.⁴

⁴ Kumba Digdowiseiso, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta: LPU-UNAS, 2017), 110.

Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Waston
1	.791 ^a	.626	.614	.1.478	2.063

Sumber : Hasil data diolah IBM SPSS 26 (2023)

Pada Tabel 4.12 di atas menunjukkan hasil uji multikolonieritas dengan melihat nilai Durbin Waston (d) sebesar 2,063. Sedangkan berdasarkan tabel DW dengan signifikansi 0,05 dari jumlah data (n) = 100 dan Kingdom = 3 diperoleh nilai dL sebesar 1,6131, dU sebesar 1,7364 dan 4-dU sebesar 2,2636. Maka $dU < d < 4-dU$ ($1,736 < 2,063 < 2,264$) yang artinya tidak terdapat autokorelasi.

D. Hasil Uji Hipotesa

1. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Bila R^2 semakin kecil mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika R^2 semakin kecil mendekati 0 maka dapat dikatakan semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis dengan menggunakan alat bantu statistik IBM SPSS 26:

Tabel 4.15 Uji Koefisiensi Determinasi (*Adjusted R²*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.626	.614	.1.478

Sumber : Hasil data diolah IBM SPSS 26 (2023)

Hasil uji koefisien regresi linear berganda pada Tabel 4.14 model *summary* menurut panduan interpretasi koefisien korelasi , nilai R adalah 0,791 sehingga angka ini termasuk dalam kategori “korelasi sangat kuat” karena sudah dalam interval nilai $> 0,75 - 0,99$. Berdasarkan hasil dari pengujian koefisien nilai *R square* sebesar 0,626 yang menunjukkan bahwa *entrepreneurship education*, lingkungan, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus sebesar 62,6% dan sisanya sebesar 37,4%

dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji Koefisiensi Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen *entrepreneurship education* (X1), lingkungan (X2), dan media sosial (X3) terhadap variabel dependen minat berwirausaha (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus. Adapun hasil data yang diolah melalui alat bantu statistik IBM SPSS 26 sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisiensi Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.951	2.877		.331	.742
<i>Entrepreneurship education</i>	.303	.143	.273	2.122	.036
Lingkungan	.290	.096	.249	3.008	.003
Media sosial	.378	.129	.356	2.920	.004

Sumber : Hasil data diolah IBM SPSS 26 (2023)

Dari tabel 4.13 nilai analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3$$

$$Y = 0,951 + (0,303X1) + (0,290X2) + (0,378X3)$$

Keterangan :

- Y = Minat Berwirausaha
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X1 = *Entrepreneurship education*
- X2 = Lingkungan
- X3 = Media sosial

a. Konstanta (b0) = 0,951

Hasil dari konstanta bernilai positif menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel independen *entrepreneurship education*, lingkungan dan media sosial terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Nilai konstanta 0,951 dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif apabila semua variabel independen meningkat maka nilai variabel minat berwirausaha (Y) adalah 0,951.

- b. Koefisien Variabel Entrepreneurship Education = 0,303
 Nilai koefisien regresi variabel *entrepreneurship education* (X1) sebesar 0,303. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (searah) antara variabel *entrepreneurship education* dan minat berwirausaha (Y). Jika *entrepreneurship education* meningkat 100% maka minat berwirausaha akan naik sebesar 30,3% jika variabel lain dianggap konstan.
- c. Koefisien Variabel Lingkungan = 0,290
 Variabel lingkungan (X2) mempunyai jumlah koefisien sebesar 0,290 menunjukkan angka positif yang variabel lingkung berpengaruh positif (searah) terhadap minat berwirausaha(Y). Dalam hal ini jika variabel lingkungan meningkat 100% maka minat berwirausaha akan naik sebesar 29,0% jika variabel lain dianggap konsta.
- d. Koefisien Variabel Media sosial = 0,378
 Koefisien regresi variabel media sosial sebesar 0,378 memberikan angka nilai positif, maka menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara variabel media sosial (X3) terhadap minat berwirausaha (Y). Jika media sosial meningkat 100% maka minat berwirausaha akan naik sebesar 37,8% jika variabel lain dianggap konstan.

3. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F_{hitung} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat diputuskan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu, dilihat juga dari nilai signifikansinya, jika nilai sig. < 0,05 maka ada pengaruh dan sebaliknya jika nilai sig. > 0,05 maka tidak ada pengaruh. Tabel distribusi F dicari pada (df) = n-k dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga f tabel diperoleh df = (100-3) 97 adalah 2,70.

Tabel 4.14 Uji Simultan F ANOVA

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	350.362	3	116.787	53.453	.000 ^b
	Residual	209.748	96	2.185		
	Total	560.110	99			

Sumber : Hasil data diolah IBM SPSS 26 (2023)

Hasil dari input data uji F berdasarkan model ANOVA pada Tabel 4.14 diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($53,453 > 2,70$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa **H₀ ditolak dan H₄ diterima**, artinya variabel-variabel independen (X) yaitu *entrepreneurship education*, lingkungan, dan media sosial mempunyai pengaruh bersama-sama (simultan) terhadap minat berwirausaha (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

4. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji secara parsial dalam menganalisa melalui regresi linier berganda memiliki tujuan untuk melihat apakah ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) secara khusus terhadap variabel dependen (Y). Untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen secara khusus terhadap variabel dependen yaitu apabila $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} . Untuk mengetahui nilai t_{hitung} yaitu dengan: $t(a/2;n-k-1) = (0,05/2 ; 100-3-1) = (0,025 ; 96) = 1,985$

Tabel 4.14 Uji Parsial t

Coefficients^a

Model		T	Sig.
1	(Constant)	.331	.742
	<i>Entrepreneurship education</i>	2.122	.036
	Lingkungan	3.008	.003
	Media sosial	2.920	.004

Sumber : Hasil data diolah IBM SPSS 26 (2023)

Hasil pengujian secara parsial ditunjukkan pada tabel 4.14 di atas. Dapat dilihat bahwa variabel independen (X) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel dependen (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel independen (X) secara khusus. Secara rinci hasil uji parsial t pada tabel di atas adalah sebagai berikut:

a) Pengaruh *entrepreneurship education* terhadap minat berwirausaha.

Hasil dari uji statistic variabel *entrepreneurship education* (X1) menunjukkan nilai t_{hitung} ($2,122 > 1,985$) dan sig. ($0,036 < 0,05$). Artinya secara parsial *entrepreneurship education* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

b) Pengaruh lingkungan terhadap minat berwirausaha.

Hasil dari uji statistic variabel lingkungan (X2) menunjukkan nilai t_{hitung} ($3,008 > 1,985$) dan sig. ($0,003 < 0,05$). Artinya secara parsial lingkungan berpengaruh signifikan terhadap minat berwiirausaha, maka $H0_2$ ditolak dan $H2$ diterima.

c) Pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha.

Hasil dari uji hipotesis statistic variabe media sosial (X3) menunjukkan nilai t_{hitung} ($2,920 > 1,985$) dan sig. ($0,004 < 0,05$). Maka $H0_3$ ditolak dan $H3$ diterima, artinya secara parsial (khusus) variabel media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwiirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

E. Pembahasan

1. Pengaruh *Entrepreneurship Education* Terhadap Minat Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis statistic melalui program olah data statistik SPSS 26, pada uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa secara parsial *entrepreneurship education* sebagai variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha. Artinya pengetahuan dan praktik-praktik kegiatan wirausaha akan menumbuhkan minat seseorang untuk berwirausaha. Konsisten dengan teori dan hipotesis pada penelitian ini, bahwa *entrepreneurship education* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga dapat disimpulkan bahwa $H0$ ditolak dan $H1$ diterima.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Faisal Anand dan Meftahudin yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa”. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dimana ketika seseorang memiliki pendidikan kewirausahaan yang baik akan mendukung untuk menumbuhkan minat kewirausahaan.⁵

⁵ Faisal Anand dan Meftahudin, “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa”, *Journal of Economic, Business and Engineering* 2, No. 1 (2020): 94.

Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, dalam penelitian ini menekankan bahwa melalui pengetahuan tentang kewirausahaan serta praktik-praktik kewirausahaan akhirnya akan menumbuhkan keinginan seseorang untuk berwirausaha. Dengan pendidikan kewirausahaan, seseorang akan belajar bagaimana untuk mengembangkan dirinya di dunia usaha, bagaimana menjadi wirausahawan yang baik, dan bagaimana memanfaatkan lingkungan sekitar.

Untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa maka perlu meningkatkan konsep pendidikan *entrepreneurship* baik melalui ilmu pengetahuan maupun pengalaman dengan memperbanyak praktik-praktik berwirausaha. Pendidikan akan melahirkan mahasiswa dengan pola pikir dan karakter yang lebih maju dan lebih luas. Semakin baik pendidikan kewirausahaan maka akan melahirkan wirausaha-wirausaha baru yang lebih berkualitas sehingga mampu untuk meningkatkan dan memperbaiki perekonomian masyarakat.

2. Pengaruh Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis statistic melalui program olah data statistik SPSS 26, pada uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa secara parsial lingkungan sebagai variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha. Artinya kehidupan dan keadaan lingkungan di sekitar manusia akan menumbuhkan minat seseorang untuk berwirausaha. Konsisten dengan teori dan hipotesis pada penelitian ini, bahwa lingkungan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Said Yunus, Karnelis, Amirullah dan Zulkarnain dengan fokus penelitian “ Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa STIM Pase Langsa” menyimpulkan bahwa lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dikarenakan ada pengaruh yang kuat dari dalam lingkungan keluarga dan teman yang memberikan dukungan.⁶

⁶ Said Yunus, dkk., “ Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa STIM Pase Langsa”, *Jurnal Samudra Ekonomika* 4, no. 1 (2020): 19.

Dalam konteks lingkungan, *Theory of Planned Behavior* pada penelitian ini didasarkan bahwa pengendalian minat dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Lingkungan sebagai faktor eksternal merupakan tempat dimana manusia berkembang, berinteraksi, dan bersosialisasi yang secara tidak sadar akan mempengaruhi bagaimana sikap dan perilaku seseorang. Minat berwirausaha akan tumbuh ketika seseorang merasa bahwa lingkungannya memiliki potensi untuk berkembang. Lingkungan yang mendukung seperti keluarga, teman, dan pendidikan juga menjadi aspek penting dalam tumbuhnya minat berwirausaha seseorang.

Lingkungan sangat berperan dalam menumbuhkan minat berwirausaha seseorang, karena lingkungan merupakan semua aspek kehidupan manusia dengan sekitarnya baik secara fisik dan sosial budaya. Lingkungan yang kondusif dan selalu memberi dukungan yang positif akan semakin mendorong seseorang untuk menjadi *entrepreneur*. Semakin baik lingkungan sekitar maka akan semakin tumbuh minat mahasiswa dalam berwirausaha.

3. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis statistik melalui program olah data statistik SPSS 26, pada uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa secara parsial media sosial sebagai variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha. Artinya perkembangan media sosial dengan berbagai manfaatnya akan mempengaruhi keinginan seseorang untuk berwirausaha. Konsisten dengan teori dan hipotesis pada penelitian ini, bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₃ diterima.

Sejalan pula dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Dian Intan Tangkealo dan Randi Tangdialla yaitu “Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja” yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja.⁷

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, bahwa minat seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya yaitu persepsi kontrol perilaku yang ditentukan oleh keyakinan atau kepercayaan individu dengan adanya ketersediaan sumber daya seperti peralatan, kompetensi dan kesempatan yang mendukung perilaku seseorang untuk mewujudkan perilaku tersebut. Sebagaimana dalam penelitian ini bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, salah satunya yaitu perkembangan media sosial. Dengan adanya peralatan teknologi komunikasi yang berkembang seseorang akan dengan mudah memasuki dan juga mudah dipengaruhi oleh kehidupan zaman yang lebih maju.

Media sosial dapat memberikan terobosan dalam merubah pola pikir seseorang untuk berwirausaha sehingga dapat memperkecil resiko kegagalan. Melalui media sosial kita akan sangat mudah untuk menemukan inovasi dan motivasi untuk mengembangkan suatu usaha. Dengan melihat bagaimana gaya hidup masyarakat kita dapat menyelaraskan kebutuhan konsumen dan melahirkan gaya baru seiring berkembangnya waktu. Selain itu, melalui media sosial akan lebih mudah untuk mengeksplor dan mengenalkan suatu usaha kepada khalayak luar yang sulit dijangkau tanpa biaya yang sangat tinggi.

Mahasiswa IAIN Kudus khususnya sebagai intelek muda di era milenial diharapkan mampu mengembangkan kreativitas dalam berwirausaha dengan memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai literasi ekonomi dan untuk memudahkan dalam berwirausaha.

4. Pengaruh *Entrepreneurship education*, Lingkungan, dan Media Sosial Terhadap Minat.

Berdasarkan hasil uji hipotesis ke empat, menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen *entrepreneurship education*, lingkungan, dan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha sebagai variabel dependen. Artinya praktik kegiatan kewirausahaan, lingkungan yang mendukung, dan perkembangan media sosial menjadi aspek pengaruh terhadap tumbuhnya minat seseorang untuk berwirausaha.

⁷ Dian Intan Tangkealo dan Randi Tangdialla, “Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja”, *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 4 No. 1 (2021): 78.

Konsisten dengan teori dan hipotesis pada penelitian ini, bahwa *entrepreneurship education*, lingkungan dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H4 diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dian Intan Tangkealo dan Randi Tangdialla yaitu “Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja”. Penelitian tersebut menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi UKI Toraja.⁸

Penelitian ini membuktikan *Theory of Planned Behavior*, bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang akan mempengaruhi minat dan keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu. Dalam konteks minat dalam berwirausaha terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi, diantaranya adalah *entrepreneurship education*, lingkungan, dan media sosial. Faktor yang pertama ialah *entrepreneurship education*, dimana jika kualitas pendidikan yang baik maka akan meningkatkan keinginan mahasiswa untuk berwirausaha dan melahirkan calon wirausahawan yang baik, dan sebaliknya jika kualitas pendidikan buruk maka minat berwirausaha mahasiswa juga akan menurun.

Selain *entrepreneurship education*, lingkungan yang baik dan kondusif juga mendukung tumbuhnya minat berwirausaha seseorang. Wirausaha dibentuk melalui pendidikan namun juga karena pergaulan dan kondisi sosial. Untuk berwirausaha tidak hanya membutuhkan bakat dan pengetahuan saja namun juga diperlukan adanya dukungan dari lingkungan sekitar seperti keluarga, teman, lingkungan *entrepreneur* dan kehidupan dalam masyarakat.

Faktor lainnya yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu media sosial. Kehadiran media sosial yang mengubah segala aspek kehidupan dan pola pikir manusia akan secara langsung membengaruhi gaya hidup seseorang. Perilaku konsumtif masyarakat untuk memenuhi gaya hidup inilah yang

⁸ Dian Intan Tangkealo dan Randi Tangdialla, “Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja”, *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 4 No. 1 (2021): 78.

menjadi peluang besar untuk memulai berwirausaha. Dengan berkembangnya media sosial seseorang akan dengan mudah memanfaatkannya dalam berwirausaha, sehingga tidak hanya menjadi konsumen saja dalam menikmati teknologi namun juga memberikan *feedback* yang bermanfaat

