

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

a. Gambaran pondok pesantren Bani Ma'shoem Lasem Rembang

Pondok pesantren Bani Ma'shoem Lasem terdiri dari 5 pondok yang merupakan gabungan dari berbagai pondok yang didirikan oleh keluarga dan sana saudara dari Bani Ma'shoem yang berada dan tersebar di daerah Lasem Rembang. Diantaranya pondok pesantren Bani Ma'shoem yakni:¹

1) Pondok Pesantren Kauman Lasem Rembang

Pondok pesantren Kauman Lasem Rembang didirikan pada bulan puasa yakni pada 27 Ramadhan 1424 H atau pada tanggal 21 November 2003 M. pondok Bani Ma'shoem ini didirikan oleh seorang tokoh kyai bernama KH. M. Za'im Ahmad Ma'shoem sehingga seringkali pondok pesantren ini disebut sebagai pondok pesantren Bani Ma'shoem. Nama pondok pesantren Kauman diperoleh dari wilayah di dirikannya pondok pesantren tersebut yang berada di wilayah Kauman, Desa Karangturi, Lasem, Rembang sehingga pondok pesantren ini dinamakan dengan pondok pesantren Kauman sebagaimana pondok pesantren Langitan Tuban, pondok pesantren Krapyak Yogyakarta, maupun pondok pesantren Lirboyo Kediri.²

Awal berdirinya pondok Bani Ma'shoem hanya memiliki tiga orang santri saja. Namun, hingga kini pondok Bani Ma'shoem telah memiliki santri dengan jumlah yang cukup banyak. Keberadaan pondok Bani Ma'shoem yang terletak diantara kawasan pecinan atau wilayah orang

¹ Ma'shoem, *Hasil Wawancara*.

² Data Pondok Pesantren Kauman Lasem, *Buku Panduan Peraturan Dan Tatib* (Rembang: Pondok Pesantren Kauman, 2019).

China menjadikan pondok Bani Ma'shoem mengalami peningkatan pesat dari sisi jumlah santrinya. Pada akhir tahun 2022 telah tercatat pondok Bani Ma'shoem memiliki santri yang lebih dari 600 orang, 350 orang santri bermukim, 160 dari mahasiswa, serta 200 orang santri yang tidak bermukim.³

Pondok Bani Ma'shoem atau yang dikenal dengan pondok pesantren Kauman Lasem berada di Kauman, Desa Karangturi, Lasem, Rembang, tepatnya berada di Rt. 02 Rw. 02 Desa Karangturi, Lasem, Rembang. Pondok Bani Ma'shoem ini berada di wilayah pecinan atau berada ditengah-tengah orang China. Keberadaan pondok Bani Ma'shoem yang terletak diantara orang nonis menjadikan pondok pesantren ini memiliki daya tarik serta memiliki tantangan tersendiri bagi pada pengasuhnya.⁴

Podok Bani Ma'shoem berdiri diantara kawasan pecinan dan bersebalahan dengan penduduk kauman sekitar masjid Jami' Lasem. Keberadaan pondok Bani Ma'shoem yang berdiri diantara orang China membuat para santrinya belajar untuk bertoleransi karena harus terbiasa membanur denganetnis Tionghoa, Jawa dan Arab keturunan.⁵

2) Pondok Pesantren Al-Hikmah Lasem

Pondok pesantren Al-Hikmah didirikan oleh KH. Moh. Sholahuddin dengan istrinya nyai Hj. Hilyatus Sa'adah pada tahun 2013 diwilayah Desa Soditan, Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang. Pondok pesantren Al-Hikmah didirikan oleh beliau yang menjadi tokoh penggerak multicultural. Sekalipun pondok ini masih berusia muda, akan tetapi banyak santri yang berminat datang dan belajar di pondok tersebut.

³ Lasem, *Buku Panduan Peraturan Dan Tatib*.

⁴ Lasem, *Buku Panduan Peraturan Dan Tatib*.

⁵ Febrian Chandra, "Ponpes Kauman Lasem, Pesantren Multikultural Di Pecinan," *Detingjateng* (Jawa Tengah, April 2022), <https://www.detikjateng.com>.

Pondok pesantren Al-Hikmah menjadi pondok yang bukan hanya bergegas untuk mengajarkan sisi keagamaan, namun juga menggagas Islam yang multicultural sehingga dapat mencetak generasi yang seimbang dari sisi keagamaan namun juga dari sisi kehidupan didunia. Pondok pesantren Al-Hikmah Lasem bukan hanya berfokus pada pendidikan keagamaan dan salaf. Melainkan juga berfokus untuk pendidikan formal SLTP dan SLTA. Sehingga pondok pesantren Al-Hikmah menggagas pendidikan yang seimbang antara keduniaan dan akhirat.

Secara geografis, letak pondok pesantren Al-Hikmah berada diwilayah daratan rendah. Pondok Al-Hikmah berada di 400 m utara masjid Jami' Lasem tepatnya berada di Jalan Gambiran, No. 43, Desa Soditan, Rt. 6 Rt. 3 Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang.

Pondok pesantren Al-Hikmah merupakan pondok pesantren semi modern yang bukan hanya pendidikan dilakukan berdasar dengan seorang kiyai melainkan juga dengan bertumpu pada tenaga pendidikan sekolah untuk mencetak generasi yang melek dalam sisi ilmu dunia serta menjadi generasi yang sholih dan sholihah dari sisi keagamaan.⁶

3) Pondok Pesantren Al-Aziz Lasem

Pondok pesantren Al-Hidayat merupakan lembaga pendidikan formal yang berada di wilayah Lasem dengan basis pendidikan formal sekaligus hafalan Al-Qur'an. Pondok pesantren Al-Aziz didirikan oleh KH. Ahmad Hasan beserta istrinya Hj. Auharotul Maknunah. Pondok pesantren Al-Aziz berdiri dipelopori oleh saran KH. Ma'shoem agar didirikan sebuah lembaga pendidikan pondok pesantren yang berfokus

⁶ Laduni, "Pesantren Al Hidayat Lasem," *Laduni.Id*, 2022, <https://www.laduni.id>.

kepada hafalan Al-Qur'an diwilayah sekitar Lasem Rembang.

Pondok pesantren Al-Aziz berada di jalan KH. Baidlowi No. 42 Ngemplak Lasem Rembang. Keberadaan pondok pesantren Al-Aziz terletak diwilayah yang lumayan strategis yakni sekitar 1 km ke arah timur dari masjid Lasem Rembang dan dapat ditempuh hanya dengan jalan kaki maupun menggunakan andong.

Pondok pesantren Al-Azis mengajarkan hafalan Al-Qur'an secara menghafal maupun bi nadhar, ngaji kitab secara bandongan maupun sorogan, mendidik untuk berlatih ceramah atau khitobah serta sisi keagamaan lainnya.⁷

4) **Pondok Pesantren Al-Hidayat Lasem**

Pondok pesantren Al-Hidayat Lasem didirikan oleh KH. Ma'shoem dengan istrinya Hj. Nurriyah binti KH. Zainuddin pada tahun 1916 M. Pondok pesantren Al-Hidayat berada diwilayah Lasem Rmbang. Pondok pesantren Al-Hidayat merupakan pondok pesantren yang mengacu pada system pendidikan salaf dengan system pendidikan berfokus pada ilmu keagamaan dengan kitab-kitab kuning dan kitab klasik.

Pondok pesantren yang didirikan oleh KH. Ma'shoem ini bukan hanya berpaku pada pendidikan keagamaan melainkan juga mengacu pada kurikulum departemen keagamaan. Pondok pesantren Al-Hidayat berada didesa Soditan Lasem.

Pondok pesantren Al-Hidayat Lasem awal mula berdirinya hanya memiliki empat orang santri yang dengan seiring berjalannya waktu kemudian para santri berdatangan dengan sendirinya untuk mengikuti pembelajaran dan

⁷ Jateng.nu.online, "Pesantren Al-Aziz," *Jateng.Nu*, 2022, <https://jateng.nu.or.id>.

pendidikan dipesantren guna meningkatkan sisi keagamaan dan juga sosialnya.⁸

5) Pondok Pesantren An-Nuriyyah

Pondok pesantren An-Nuriyyah didirikan oleh Nyai Nuriyyah dengan suaminya KH. Ma'shoem. Pondok pesantren An-Nuriyyah berada di jalan Soditan No. 7 Dulganan Soditan Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. Pondok pesantren An-Nuriyyah merupakan pondok pesantren semi modern dan yang bukan hanya belajar mengenai ilmu agama namun juga belajar dalam pendidikan formal melalui pendidikan sekolah. Pendidikan dilakukan dengan mengikuti seorang kiyai serta juga dengan bertumpu pada tenaga pendidikan sekolah untuk mencetak generasi yang melek dalam sisi ilmu dunia serta menjadi generasi yang sholih dan sholihah dari sisi keagamaan.⁹

2. Gambaran Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini menjadi sampel penelitian merupakan santri pondok pesantren Bani Ma'shoem Lasem yang terdiri dari 53 orang santri berdasarkan teknik pengambilan sampel memakai *simple random sampling* menggunakan rumus solvin. Untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan, maka dilakukan penyebaran kuesioner secara *offline* melalui selebaran mengingat bahwa para santri tidak boleh menggunakan handphone kecuali pada waktu tertentu dan mendapatkan data yang berdasarkan pada jenis kelamin serta usia, yaitu:

⁸ Profil Pesantren, "Profil Pondok Pesantren Al-Hidayat Lasem Rembang Jawa Tengah," *Zolazwola.Blogspot*, 2023, <https://zolazwola.blogspot.com>.

⁹ Hujroh, "Pondok Pesantren An-Nuriyyah," *Hujroh.Com*, 2023, <https://ww.hujroh.com>.

Tabel 4. 1
karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Variable	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	26	42.6
Perempuan	34	56.7
Total	60	100.0

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.1 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa total responden berjumlah 60 orang, dengan 42,6% atau 26 orang diantaranya berjenis kelamin laki-laki dan 56,7% atau 34 lainnya merupakan wanita. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya jumlah responden terbanyak adalah wanita.

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Variable	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Usia		
20-25 Tahun	43	70.5
26-30 tahun	17	27.9
Total	60	100.0

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.2 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa total responden berjumlah 60 orang, dengan 70,5% atau 43 orang diantaranya berusia antara 20 hingga 25 tahun dan 27,9% atau 17 lainnya berusia antara 26 hingga 30 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya jumlah responden terbanyak adalah berusia 20 hingga 25 tahun.

3. Analisis Data

a. Analisis Deskriptif Penelitian

1) Variable Sikap Mandiri (X1)

Melalui uji statistik serta analisis data yang dilakukan menggunakan bantuan SPSS21, dibawah ini merupakan hasil perolehan jawaban dari keseluruhan responden untuk variabel sikap mandiri yakni:

Tabel 4. 3
Hasil Variabel Sikap Mandiri

Item	STS	TS	S	SS	Jumlah
X1.1	4 6,6%	0	23 37,7%	33 54,1%	60 100%
X1.2	2 3,3%	2 3,3%	22 36,1%	34 55,7%	60 100%
X1.3	2 3,3%	1 1,6%	23 37,7%	34 55,7%	60 100%
X1.4	2 3,3%	1 1,6%	21 34,4%	36 59,0%	60 100%
X1.5	2 3,3%	2 3,3%	18 29,5%	38 62,3%	60 100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.3 yang telah dijabarkan, maka dapat dianalisis jawaban responden sebagai berikut:

- a) Mayoritas responden sangat setuju pandai mengambil inisiatif dalam sebuah peluang usaha yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item pertama di pertanyaan kuesioner Sikap Mandiri memilih jawaban Sangat Setuju.
- b) Mayoritas responden sangat setuju mampu mengatasi rintangan atau permasalahan di dalam lingkungan usaha tanpa bantuan orang lain yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item kedua di pertanyaan kuesioner Sikap Mandiri memilih jawaban Sangat Setuju.
- c) Mayoritas responden sangat setuju mereka mampu mendorong diri sendiri agar mempunyai kepribadian dan tingkah laku yang lebih baik ketika mengalami kegagalan dalam mencari peluang usaha yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item ketiga di pertanyaan kuesioner Sikap Mandiri memilih jawaban Sangat Setuju.
- d) Mayoritas responden sangat setuju mereka merasa puas dengan mendapatkan hasil sendiri melalui berwirausaha yang dibuktikan dengan skor

tertinggi responden pada item keempat di pertanyaan kuesioner Sikap Mandiri memilih jawaban Sangat Setuju.

- e) Mayoritas responden sangat setuju mereka mampu mengerjakan dan menyelesaikan sendiri permasalahan yang ada dalam usaha dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item keempat di pertanyaan kuesioner Sikap Mandiri memilih jawaban Sangat Setuju.

2) Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X2)

Melalui uji statistik serta analisis data yang dilakukan menggunakan bantuan SPSS21, dibawah ini merupakan hasil perolehan jawaban dari keseluruhan responden untuk variabel pengetahuan kewirausahaan yakni:

Tabel 4. 4
Hasil Deskriptif Variabel Sikap Mandiri

Item	STS	TS	S	SS	Jumlah
X2.1	5	1	23	31	60
	8,2%	1,6%	37,7%	50,8%	100%
X2.2	3	3	31	23	60
	4,9%	4,9%	58,0%	37,7%	100%
X2.3	1	0	25	34	60
	1,6%		41,0%	55,7%	100%
X2.4	3	2	24	31	60
	4,9%	3,3%	39,3%	50,8%	100%
X2.5	2	0	34	24	60
	3,3%		55,7%	39,3%	100%
X2.6	3	1	34	22	60
	4,9%	1,6%	55,7%	36,1%	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.4 yang telah dijabarkan, maka dapat dianalisis jawaban responden sebagai berikut:

- a) Mayoritas responden sangat setuju mereka mengetahui ada risiko dalam menjalankan usaha yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item pertama di pertanyaan kuesioner

Pengetahuan Kewirausahaan memilih jawaban Sangat Setuju.

- b) Mayoritas responden setuju dengan kemampuan dan berani mengambil risiko yang akan terjadi dalam menjalankan usaha yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item kedua di pertanyaan kuesioner Pengetahuan Kewirausahaan memilih jawaban Setuju.
- c) Mayoritas responden sangat setuju dengan dengan mereka mampu dan berani membuat keputusan usaha yang memiliki risiko yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item ketiga di pertanyaan kuesioner Pengetahuan Kewirausahaan memilih jawaban Sangat Setuju.
- d) Mayoritas responden menyetujui dengan mereka berusaha mempelajari cara menganalisis peluang usaha yang baik yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item keempat di pertanyaan kuesioner Pengetahuan Kewirausahaan memilih jawaban Sangat Setuju dan setuju.
- e) Mayoritas responden setuju dengan mereka dapat melihat dan memanfaatkan peluang usaha disekitar saya untuk mendapatkan keuntungan usaha yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item kelima di pertanyaan kuesioner Pengetahuan Kewirausahaan memilih setuju.
- f) Mayoritas responden setuju dengan mereka memiliki perencanaan dalam mencari penyelesaian masalah usaha yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item keenam di pertanyaan kuesioner Pengetahuan Kewirausahaan memilih setuju.

3) Variabel Kemampuan Digital Marketing (X3)

Melalui uji statistik serta analisis data yang dilakukan menggunakan bantuan SPSS21, dibawah ini merupakan hasil perolehan jawaban dari keseluruhan responden untuk variabel kemampuan digital marketing yakni:

Tabel 4. 5
Hasil Deskriptif Kemampuan Digital Marketing

Item	STS	TS	S	SS	Jumlah
X3.1	2	8	34	16	60
	3,3%	13,1%	55,7%	26,7%	100%
X3.2	0	1	42	17	60
		1,6%	68,9%	27,9%	100%
X3.3	0	5	38	17	60
		8,2	62,3%	27,9%	100%
X3.4	5	5	35	15	60
	8,2%	8,2%	57,4%	24,6%	100%
X3.5	0	4	40	16	60
		6,6%	65,6%	26,2%	100%
X3.6	1	0	42	17	60
	1,6%		68,9%	27,9%	100%
X3.7	1	2	41	16	60
	1,6%	3,3%	67,2%	26,2%	100%
X3.8	1	2	37	20	60
	1,6%	3,3%	60,7%	32,8%	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.5 yang telah dijabarkan, maka dapat dianalisis jawaban responden sebagai berikut:

- a) Mayoritas responden setuju dengan mereka mendapatkan kemudahan dalam melakukan pemasaran dengan adanya media social dan internet yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item pertama di pertanyaan kuesioner Kemampuan Digital Marketing memilih setuju.
- b) Mayoritas responden setuju dengan dengan Adanya media social membantunya untuk berkomunikasi dengan konsumen dalam memasarkan usaha yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item kedua di pertanyaan kuesioner Kemampuan Digital Marketing memilih setuju.
- c) Mayoritas responden setuju bahwa mereka menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat melalui bantuan media digital untuk menunjang

pemasaran usaha yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item ketiga di pertanyaan kuesioner Kemampuan Digital Marketing memilih setuju.

- d) Mayoritas responden setuju membentuk konten pemasaran usaha yang menghibur konsumen untuk mencari perhatian konsumen yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item keempat di pertanyaan kuesioner Kemampuan Digital Marketing memilih setuju.
- e) Mayoritas responden setuju memasarkan usaha dengan menarik konsumen melalui promosi yang bersifat hiburan yang disebarakan melalui media sosial yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item kelima di pertanyaan kuesioner Kemampuan Digital Marketing memilih setuju.
- f) Mayoritas responden setuju dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan feedback dan penilaian dari konsumen terdahulu atas usaha yang saya jalankan yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item keenam di pertanyaan kuesioner Kemampuan Digital Marketing memilih setuju.
- g) Mayoritas responden setuju dapat menyebarkan informasi yang informative, persuasive, dan mempromosikan usaha yang saya lakukan dengan menggunakan jejaring sosial yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item ketujuh di pertanyaan kuesioner Kemampuan Digital Marketing memilih setuju.
- h) Mayoritas responden setuju mendapatkan fasilitas yang sangat mudah untuk menginformasikan usaha bukan hanya melalui teks melainkan juga dengan gambaran dan visualisasi kepada masyarakat melalui media sosial yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item kedelapan di pertanyaan kuesioner Kemampuan Digital Marketing memilih setuju.

4) Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Melalui uji statistik serta analisis data yang dilakukan menggunakan bantuan SPSS21, dibawah ini merupakan hasil perolehan jawaban dari keseluruhan responden untuk variabel kemampuan digital marketing yakni:

Tabel 4. 6
Hasil Deskriptik Minat Berwirausaha

Item	STS	TS	S	SS	Jumlah
Y.1	3 4,9%	2 3,3%	34 55,7%	21 34,4%	60 100%
Y.2	3 4,9%	4 6,6%	35 57,4%	18 29,5%	60 100%
Y.3	1 1,6%	1 1,6%	35 57,4%	23 37,7%	60 100%
Y.4	1 1,6%	1 1,6%	33 54,1%	25 41,0%	60 100%
Y.5	1 1,6%	4 6,6%	37 60,7%	18 29,5%	60 100%
Y.6	1 1,6%	3 4,9%	34 55,7%	22 36,1%	60 100%
Y.7	2 3,3%	1 1,6%	36 59,0%	21 34,4%	60 100%
Y.8	2 3,3%	2 3,3%	35 57,4%	21 34,4%	60 100%
Y.9	0	0	39 63,9%	21 34,4%	60 100%
Y.10	3 4,9%	4 6,6%	35 57,4%	18 29,5%	60 100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.6 yang telah dijabarkan, maka dapat dianalisis jawaban responden sebagai berikut:

- a) Mayoritas responden setuju tertarik menjadi wirausahawan karena keinginan dalam diri dan melihat kesuksesan orang lain yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item pertama di pertanyaan kuesioner Minat Berwirausaha memilih setuju.

- b) Mayoritas responden tertarik ketika mengambil mata kuliah kewirausahaan yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item kedua di pertanyaan kuesioner Minat Berwirausaha memilih setuju.
- c) Mayoritas responden senang dengan dunia wirausaha dan tertarik menjadi wirausahawan yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item ketiga di pertanyaan kuesioner Minat Berwirausaha memilih setuju.
- d) Mayoritas responden senang senang menjadi wirausahawan karena memiliki kebebasan untuk mengelola usaha sesuai dengan kemampuannya sendiri yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item keempat di pertanyaan kuesioner Minat Berwirausaha memilih setuju.
- e) Mayoritas responden ingin kemampuannya memiliki manfaat untuk diri sendiri dan orang lain yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item kelima di pertanyaan kuesioner Minat Berwirausaha memilih setuju.
- f) Mayoritas responden berkeinginan untuk menjadi wirausahawan untuk masa depan yang lebih baik yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item keenam di pertanyaan kuesioner Minat Berwirausaha memilih setuju.
- g) Mayoritas responden responden yakin dengan berwirausaha dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item ketujuh di pertanyaan kuesioner Minat Berwirausaha memilih setuju.
- h) Mayoritas responden responden setuju belajar berwirausaha dengan mencari informasi dari pengalaman wirausahawan yang sukses yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item kedelapan di pertanyaan kuesioner Minat Berwirausaha memilih setuju.
- i) Mayoritas responden responden setuju mengikuti pelatihan-pelatihan untuk berwirausaha yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada

item kesembilan di pertanyaan kuesioner Minat Berwirausaha memilih setuju.

- j) Mayoritas responden responden setuju pernah berwirausaha waktu kecil dari keluarga/sekolah/pesantren yang dibuktikan dengan skor tertinggi responden pada item kesepuluh di pertanyaan kuesioner Minat Berwirausaha memilih setuju.

k)

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kevalidan kuesioner penelitian. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan perkiraan r hitung dengan r tabel untuk derajat kebebasan (df) = $n-2$, dan menggunakan $\alpha = 0,05$, indikator dianggap sah jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} .¹⁰ Uji validitas pada penelitian ini diolah dengan bantuan SPSS 21 menggunakan teknik pengujian *bivariate pearson* (produk momen pearson) dengan hasil perhitungan sebagaimana diungkapkan pada tabel:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Hasil
Sikap Mandiri	X1.1	0,777	0,270	Valid
	X1.2	0,748	0,270	Valid
	X1.3	0,622	0,270	Valid
	X1.4	0,875	0,270	Valid
	X1.5	0,793	0,270	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan	X2.1	0,672	0,270	Valid
	X2.2	0,312	0,270	Valid
	X2.3	0,717	0,270	Valid
	X2.4	0,663	0,270	Valid
	X2.5	0,275	0,270	Valid
	X2.6	0,281	0,270	Valid
Kemampuan Digital Marketing	X3.1	0,702	0,270	Valid
	X3.2	0,794	0,270	Valid

¹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*, edisi 8 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 51.

	X3.3	0,706	0,270	Valid
	X3.4	0,618	0,270	Valid
	X3.5	0,636	0,270	Valid
	X3.6	0,768	0,270	Valid
	X3.7	0,628	0,270	Valid
	X3.8	0,755	0,270	Valid
Minat Berwirausaha	Y.1	0,614	0,270	Valid
	Y.2	0,595	0,270	Valid
	Y.3	0,805	0,270	Valid
	Y.4	0,793	0,270	Valid
	Y.5	0,714	0,270	Valid
	Y.6	0,725	0,270	Valid
	Y.7	0,728	0,270	Valid
	Y.8	0,656	0,270	Valid
	Y.9	0,840	0,270	Valid
	Y.10	0,605	0,270	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada hasil uji statistic yang dilakukan, maka terlihat pada tabel 4.7 untuk melihat perbandingan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan memakai $df = n - 2 = 53 - 2 = 51$, memiliki α 0,05. Sehingga didapat nilai $r_{tabel} = 0,270$. Berdasar kepada tabel diatas maka membuktikan bahawa item pada setiap pertanyaan kuesioner untuk variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Sikap Mandiri (X2), Kemampuan Digital Marketing (X3), dan Minat Berwirausaha (Y) mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga item pertanyaan dikategorikan valid secara keseluruhan.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya ialah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel ataupun konstruk. Kuesioner dapat dikatakan reliable (handal) apabila jawaban dari seseorang terhadap pernyataan itu adalah konsisten ataupun stabil dari waktu ke waktu.¹¹

Untuk dapat melakukan uji reliabilitas ini bisa menggunakan program spss dengan menggunakan uji statistic Cronbach Alpha, yang mana suatu konstruk

¹¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 45.

ataupun variabel dikatakan reliabel bila memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 atau lebih dan begitu sebaliknya bila *Cronbach's Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil (< 0,60), maka dikatakan kurang baik, sedangkan 0,7 bisa diterima dan di atas 0,8 maka hal itu dapat diartikan baik.¹² Berikut adalah hasil uji reliabilitas dengan hasil perhitungan sebagaimana diungkapkan pada tabel:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha	Hasil
Sikap Mandiri (X1)	5	0,704	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	6	0,703	Reliabel
Kemampuan Digital Marketing (X3)	8	0,858	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	10	0,890	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8, terlihat bahwa keseluruhan instrumen memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,70. Oleh sebab itu, diperoleh kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan kuesioner untuk variabel Sikap Mandiri (X1), Pengetahuan Kewirausahaan (X2), Kemampuan Digital Marketing (X3), dan Minat Berwirausaha (Y) dikatakan dapat di andalkan.

5. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik guna menguji apakah dalam analisis regresi berganda terjadi permasalahan asumsi klasik ataupun tidak. Umumnya uji asumsi klasik pada sebuah penelitian dilakukan dengan menggunakan empat jenis pengujian. Akan tetapi, dalam penelitian ini hanya akan menggunakan tiga jenis pengujian saja dengan tidak mengikutkan uji autokorelasi karena penelitian ini yang bukan

¹² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9* (Semarang: Universitas Diponegoro): 165-166.

termasuk penelitian *time series* sedangkan tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji adanya residual pengganggu pada periode tertentu dengan periode sebelumnya. Berikut merupakan uji asumsi klasik pada penelitian ini, yakni:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna mengetahui data berasal dari populasi yang berdistribusi dengan normal ataukah tidak.¹³ Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan melalui analisis statistik *Kolmogrov-Smirnov*. Data berdistribusi normal, bilamana nilai sig (2-tailed) > 0,05 dan Data berdistribusi tidak normal, bilamana nilai sig (2-tailed) < 0,05.¹⁴ Berikut merupakan hasil uji normalitas:

Tabel 4.9

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Uji	value
Normalitas	
Kolmogorov-Smirnov Z	0.685
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.737

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.12, dapat dilihat bahwasannya nilai *asymptotic sig (2-tailed)* 0,685 > 0,05 sehingga disimpulkan bahwasannya data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk dapat menguji apakah regresi ditemukan adanya sebuah korelasi antar variabel independen (bebas). Model dari regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Apabila variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak berbentuk variabel ortogonal. Sedangkan variabel ortogonal yaitu variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi yaitu bisa melihat dari nilai R^2 , matrik korelasi variabel independen, serta nilai *Tolerance* < 0,10 atau sama dengan

¹³ Nuryadi dkk, *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, 79.

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9* (Semarang: Universitas Diponegoro): 165-166.

nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10, maka terjadi multikolonieritas.¹⁵ Berikut merupakan hasil uji multikolonieritas:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.067	4.468		2.925	.005		
	SikapMandiri	.308	.248	.188	1.240	.220	.541	1.847
	PengetahuanKewirausahaan	-.047	.133	-.048	-.355	.724	.689	1.451
	DigitalMarketing	.594	.176	.442	3.377	.001	.730	1.369

a. Dependent Variable: MinatBerwirausaha

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.9 terlihat bahwasannya nilai *tolerance* dari seluruh variabel independen $\geq 0,10$ dan nilai VIF seluruh variabel independen ≤ 10 , maka membuktikan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

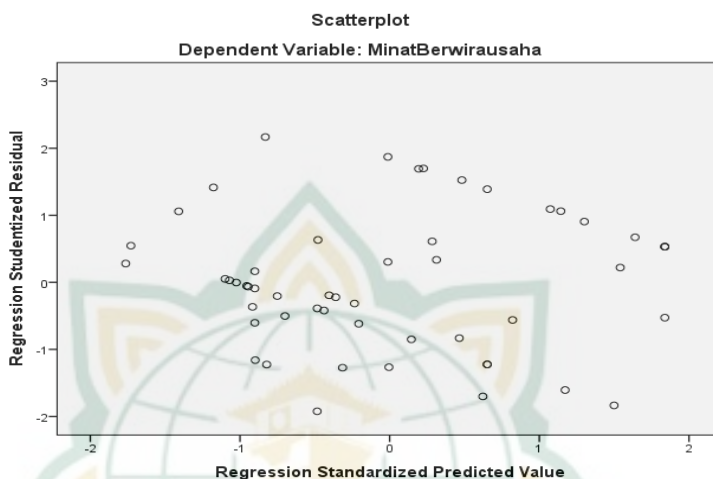
c. Uji Heroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjalin ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang yang lain. Untuk bisa mengenali terdapat ataupun tidaknya heteroskedastisitas ialah dengan memandang grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat ialah antara ZPRED dengan residualnya SRESID. Apabila ada pola tertentu yang tertib (melebar setelah itu menyempit, bergelombang), sehingga dikatakan telah terjalin heteroskedastisitas. Namun bila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik- titik menyebar diatas serta di dasar angka 0 pada sumbu Y, bisa dikatakan tidak terjalin heteroskedastisitas.¹⁶ Berikut merupakan hasil uji Heroskedastisitas:

¹⁵ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Stain Kudus, 2009): 180.

¹⁶ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Undip, 2018): 137–138.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat diketahui bahasannya tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas serta di dasar angka 0 pada sumbu Y, bisa dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan jumlah variable dependen lebih dari satu.¹⁷ Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengukur pengetahuan kewirausahaan, sikap mandiri, dan kemampuan digital marketing terhadap minat berwirausaha. Dibawah ini merupakan tabel hasil uji regresi berganda, yakni:

8.

¹⁷ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*,

Tabel 4.11
Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.067	4.468		2.925	.005
	SikapMandiri	.308	.248	.188	1.240	.220
	PengetahuanKewirausahaan	-.047	.133	-.048	-.355	.724
	DigitalMarketing	.594	.176	.442	3.377	.001

a. Dependent Variable: MinatBerwirausaha

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 yang telah tersaji diatas, maka didapatkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 13,067 + 0,308X_1 + (.0,047) X_2 + 0,594X_3 + e$$

Dengan keterangan:

Y = Minat Kewirausahaan

a = Konstanta

$b_1; b_2; b_k$ = Koefisien

X_1 = Sikap Mandiri

X_2 = Pengetahuan Kewirausahaan

X_3 = Kemampuan Digital Marketing

e_i = *error term* (residual)

Melalui tabel 4.13 yang telah disajikan dapat menjelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada persamaan regresi berganda tersebut memiliki nilai konstanta sebesar 13,067 yang berarti apabila variabel pengetahuan kewirausahaan, sikap mandiri, dan kemampuan digital marketing bernilai 0, maka variabel minat kewirausahaan akan bernilai 13,067.
- 2) Pada persamaan regresi berganda tersebut memiliki nilai koefisien regresi untuk variabel Sikap Mandiri adalah 0,308 yang menunjukkan bilamana terjadi penambahan 1% pada variabel Sikap Mandiri, maka variabel minat kewirausahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,308.
- 3) Pada persamaan regresi berganda tersebut memiliki nilai koefisien regresi untuk variabel pengetahuan

kewirausahaan adalah (.0,047) yang menunjukkan apabila terjadi penambahan 1% pada variabel pengetahuan kewirausahaan, maka variabel minat kewirausahaan akan mengalami kenaikan sebesar (.0,047).

- 4) Pada persamaan regresi berganda tersebut memiliki nilai koefisien regresi untuk variabel kemampuan digital marketing adalah 0,594 yang menunjukkan bilamana terjadi penambahan 1% pada variabel kemampuan digital marketing, maka variabel minat kewirausahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,594.

b. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar suatu model dalam menjelaskan ragam variabel bebas. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Semakin mendekati angka 1, maka berarti variabel independen semakin tinggi dalam menjelaskan variabel terikat. Berikut hasil analisis koefisien determinasi R^2 :

Tabel 4.12
Hasil Analisis Koefisien Determinasi R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.547 ^a	.300	.262	3.920

a. Predictors: (Constant), DigitalMarketing, PengetahuanKewirausahaan, SikapMandiri

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.14 yang telah disajikan, menunjukkan *koefisien determinasi R^2* bernilai 0,300. Artinya variabel independen berpengaruh pada variabel dependen sebanyak 30,0% dan 70,0% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan oleh penelitian ini.

c. Uji Simultan F

Uji F digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel bebas yang dalam mempengaruhi secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

maka H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti secara simultan ada faktor-faktor yang mempengaruhi variable terikat. Dan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan menolak H_a , berarti secara simultan tidak ada faktor-faktor yang mempengaruhi variable terikat secara simultan. F_{tabel} dihitung dengan cara $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$ dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas dan terikat.¹⁸ Berikut hasil uji statistic simultan atau uji F dengan menggunakan SPSS 21 yakni:

Tabel 4.13
Hasil Uji Statistik F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	368.224	3	122.741	7.986	.000 ^b
	Residual	860.709	56	15.370		
	Total	1228.933	59			

a. Dependent Variable: MinatBerwirausaha

b. Predictors: (Constant), DigitalMarketing, PengetahuanKewirausahaan, SikapMandiri

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.15 diatas, menunjukkan nilai signifikansi bernilai $0,000 > 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $7,986 > 2,79$ yang artinya variabel pengetahuan kewirausahaan, sikap mandiri, dan kemampuan digital marketing mempengaruhi minat kewirausahaan secara bersama-sama.

d. Uji Parsial

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji signifikan parameter parsial dilakukan dengan uji statistik t. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

¹⁸ Algifari, "Analisis Regresi Teori, Kasus, Dan Solusi:Edisi 2 (Yogyakarta: BPFE, 2000): 72.

- 5) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a
- 6) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan menolak H_a .¹⁹

Berikut hasil uji statistic parsial atau uji t dengan menggunakan bantuan SPSS 21 sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Statistik Parsial atau uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.067	4.468		2.925	.005
	SikapMandiri	.308	.248	.188	1.240	.220
	PengetahuanKewirausahaan	-.047	.133	-.048	-.355	.724
	DigitalMarketing	.594	.176	.442	3.377	.001

a. Dependent Variable: MinatBerwirausaha

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasar pada tabel 4.16 nampak $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada variabel sikap mandiri bernilai $1,240 < 2,00$ dan nilai signifikasi sebesar $0,220 > 0,05$ yang membuktikan bahwa sikap mandiri tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat kewirausahaan.

Untuk $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada variabel pengetahuan kewirausahaan bernilai $-0,355 < 2,00$ dan nilai signifikasi sebesar $0,724 > 0,05$ yang membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat kewirausahaan.

Untuk variabel kemampuan digital marketing $t_{hitung} > t_{tabel}$ bernilai $3,377 > 2,00$ dan nilai signifikasi sebesar $0,01 < 0,05$ yang membuktikan bahwa kemampuan digital marketing mempengaruhi minat kewirausahaan secara signifikan.

¹⁹ Duwi Priyatno, Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS (Yogyakarta: Media Kom, 2010): 68.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Sikap mandiri terhadap terhadap minat berwirausaha pada santri pondok pesantren Bani Ma'shoem.

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan dalam tabel 4.16 mengungkapkan bahwa sikap mandiri memiliki nilai 1,240 dengan signifikansi > 0.05 . Oleh sebab itu, diperoleh kesimpulan bahwa sikap mandiri tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha pada santri pondok pesantren Bani Ma'shoem, sehingga H_0 diterima dan menolak H_1 dan membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh kepada minat berwirausaha santri Bani Ma'shoem.

Sikap sendiri berarti keadaan mental dan emosional untuk bertindak sesuatu yang tepat. Mandiri dimaknai sebagai kemampuan untuk melakukan segala sesuatu dengan dirinya dan tanpa mengandalkan orang lain. Sehingga sikap mandiri berarti tindakan atau tingkah laku individu yang dilakukan tanpa mengandalkan orang lain guna melakukan tugas yang diembannya.²⁰ Akan tetapi, hasil penelitian ini membuktikan bahwa sikap mandiri tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Mandiri dimaknai sebagai kemampuan untuk melakukan segala sesuatu dengan dirinya dan tanpa mengandalkan orang lain.²¹ Sikap mandiri tidak memberikan pengaruh kepada minat kewirausahaan santri pondok pesantren Bani Ma'shoem. Kemampuan mengambil inisiatif dalam sebuah peluang usaha merupakan hal yang sangat penting bagi seorang wirausahawan, akan tetapi mayoritas santri belum memiliki inisiatif guna mencari dan memanfaatkan peluang usaha. Selain itu, inovasi dan keterampilan yang minim dalam menghadapi problem dalam lingkup bisnis juga menyebabkan sikap mandiri tidak mempengaruhi

²⁰ Anies Lestari, Aleonardo B Hasiolan, and Maris M Minarsih, "Pengaruh Sikap Mandiri, Lingkungan Keluarga, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Remaja," *Journal of Management* 2, no. 2 (2016): 2.

²¹ Lestari, Hasiolan, and Minarsih, "Pengaruh Sikap Mandiri, Lingkungan Keluarga, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Remaja,".

minat wirausaha bagi ara santri di pondok pesantren Bani Ma'shoem padahal bagi seorang wirausahawan, mampu mengatasi rintangan menjadi hal yang mutlak harus dilakukan.

Mampu mendorong diri sendiri untuk memperbaiki kepribadian agar menjadi seseorang yang lebih baik lagi menjadi indicator bagi seorang wirausahawan yang sukses,²² akan tetapi sebageian besar santri pondok pesantren Bani Ma'shoem belum memiliki kemampuan untuk melakukan instropeksi diri serta mempunyai kepuasan dalam bekerja sendiri serta kemampuan untuk menyelesaikan sendiri dalam mengerjakan tugas. Untuk membangun minat berwirausaha, maka santri harus mau untuk menyelesaikan tugas yang bebankan kepadanya secara mandiri, akan tetapi kebiasaan mengandalkan keluarga dan senior dalam membantu setiap hal yang ditugaskan membuat tidak adanya kemandirian dari diri para santri pondok pesantren.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Djamilah dan Utama²³ yang menyatakan sikap mandiri tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha hal ini dikarenakan minat berwirausaha tidak dipengaruhi oleh kepandaian dalam pengambilan inisiatif dalam sebuah peluang. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Hendrawan dan Sirine²⁴ yang menyatakan bahwasannya sikap mandiri tidak mempengaruhi minat berwirausaha.

²² Dwiyanthi, Hafizah, and Nasution, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada UMKM Muda Yang Baru Memulai Usaha Di Kelurahan Kota Matsum II, Medan Di Bidang Kulinier)."

²³ Siti Djamilah and Widya Ributiati Utama, "Pengaruh Sikap Kemandirian, Motivasi, Kecerdasan Emosional, Pendidikan Ewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Wilayah Driyorejo Gresik)," *PRAGMATIS* 1, no. 2 (2022): 91–99.

²⁴ Hendrawan and Sirine, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha."

2. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada santri pondok pesantren Bani Ma'shoem.

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan dalam tabel 4.16 mengungkapkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki nilai $-0,355$ dengan signifikansi $0,724$. Oleh sebab itu, diperoleh kesimpulan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha pada santri pondok pesantren Bani Ma'shoem, sehingga H_0 diterima dan menolak H_2 dan membuktikan bahwa semakin baik pengetahuan kewirausahaan tidak membuat minat berwirausaha menjadi meningkat.

Kewirausahaan merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. Pengetahuan kewirausahaan dimaknai sebagai suatu pemahaman seorang individu mengenai wirausaha dengan berbagai karakternya, inovasi, serta kreativitasnya dalam memajukan peluang usaha guna dikembangkan menjadi sebuah kesempatan usaha atau bisnis yang mampu mendatangkan keuntungan.²⁵ Namun, hasil penelitian ini membuktikan bahwasannya pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat beriwrausaha.

Pengetahuan kewirausahaan tidak memberikan pengaruh kepada minat kewirausahaan santri pondok pesantren Bani Ma'shoem karena meskipun para santri telah memiliki pemahaman mengenai kewirausahaan dan konsepnya seperti yang telah diajarkan oleh pondok pesantren namun peran dari motivasi intrinsik seperti kemampuan untuk menganalisis peluang dan risiko yang lebih dominan dibandingkan dengan motivasi ekstrinsik seperti hanya pelatihan.²⁶

²⁵ Muhammad Hasan et al., "Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mmpengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z Melalui Efikasi Diri?," *Ekuitas* 9, no. 2 (2021): 300–313.

²⁶ Aran et al., "Menggali Potensi Diri Dan Motivasi Intrinsik Para Santri Untuk Membentuk Minat Berwirausaha."

Untuk membentuk minat kewirausahaan diperlukan peran dari motivasi intrinsik yang lebih dominan dibandingkan dengan motivasi ekstrinsik.²⁷ Tidak adanya keinginan oleh para santri guna membuka usaha sebagai motivasi intrinsik membuat pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada santri pondok pesantren Bani Ma'shoem. Karena meskipun para santri telah memiliki pengetahuan kewirausahaan yang cukup baik namun tidak diimbangi dengan adanya dukungan intrinsik seperti kemampuan menganalisis peluang dan risiko serta kemampuan untuk mencari solusi atas masalah yang dihadapi dari diri para santri, maka pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha para santri di Bani Ma'shoem.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspitaningsih²⁸ yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha hal ini dikarenakan meskipun individu memiliki pengetahuan kewirausahaan yang baik namun tidak dibarengi dengan adanya dorongan dari diri sendiri maka minat kewirausahaan tidak akan muncul.

3. Pengaruh kemampuan digital marketing terhadap minat berwirausaha pada santri pondok pesantren Bani Ma'shoem.

Berdasar pada hasil analisis yang telah diuraikan dalam tabel 4.16 mengemukakan bahwasannya kemampuan digital marketing mempunyai nilai 3,377 dengan signifikansi bernilai 0,01. Oleh karenanya, dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kewirausahaan santri pada pondok pesantren Bani Ma'shoem, sehingga H_3 diterima dan menolak H_0 dan membuktikan bahwa semakin baik kemampuan digital marketing akan meningkatkan minat kewirausahaan.

²⁷ Aran et al.

²⁸ Flora Puspitaningsih, "Pengaruh Efikasi Diri Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi," *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 2, no. 2 (2014): 224–36.

Kemampuan digital marketing merupakan pemahaman mengenai inti dari sebuah e-business, dengan semakin dekat nya sebuah perusahaan terhadap pelanggan dan memahaminya secara lebih baik, menambah nilai dari suatu produk, memperluas jaringan distribusi dan juga meningkatkan angka penjualan dengan menjalankan kegiatan marketing yang berdasarkan pada media digital seperti pemasaran melalui mesin pencari, iklan online dan afiliasi pemasaran. Digital marketing merupakan salah satu factor yang dapat mempengaruhi minat wirausaha.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kemampuan digital marketing mempengaruhi minat kewirausahaan karena orang yang mampu menguasai pemasaran akan lebih mudah untuk tertarik dengan wirausaha. Untuk mampu menjangkau pasar yang luas dan bersaing, seorang pengusaha diharuskan mampu menjangkau pangsa pasar bukan hanya lokal namun juga internasional guna mempromosikan produk dan jasanya serta berkomunikasi dengan konsumen.²⁹ Kemampuan digital membuat adanya aksesibilitas kemudahan dalam mengakses layanan untuk memasarkan usaha sehingga untuk minat usaha santri dipengaruhi oleh mempengaruhi minat kewirausahaan. Selain itu, kemampuan digital yang memberikan kemudahan informasi serta kemampuan untuk berinteraksi dengan pelanggan, penyedia hiburan melalui konten produk pemasaran akan memudahkan proses pemasaran sehingga hal ini akan mempermudah santri untuk tertarik dengan minat berwirausaha.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah³⁰ yang menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga semakin baik seseorang yang mampu menguasai pemasaran digital maka akan memiliki minat lebih besar untuk berwirausaha. Sesuai dengan teori TRA yang menjelaskan mengenai dibalik tindakan atau

²⁹ Pangestika, *Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle Dan Plowhorse Melalui Suggestive Selling Di 56 DEGREES Bandung.*

³⁰ Istiqomah, "Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta," *Jurnal Socia Akademika* 7, no. 1 (2021): 14.

perilaku yang dilakukan setiap individu terdapat alasan dan keyakinan yang menimbulkan niat.³¹ Sehingga untuk menimbulkan minat berwirausaha, maka digital marketing menjadi suatu alasan dari tindakan seseorang untuk memutuskan berminat menjadi wirausaha.



³¹ Imam Ghazali, *25 Grand Theory, 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* (SEMARANG: YOGA PRATAMA, 2020), 103.