

The Effect Of Self-Efficacy, Personality And Social Media Use On Entrepreneurial Interests In Harapan University Students Medan

Avicenna Sindy Nabila¹, Ezzah Nahrisah², Pitono³
Universitas Harapan Medan

ARTICLE INFO

ABSTRAK

Keywords:

Self-Efficacy, Personality, Social Media Use, Entrepreneurial Interest

This research aims to examine the impact of self-efficacy, personality, and social media usage on entrepreneurial interest. A quantitative approach was employed for this study. The target population consisted of 1,896 students from Universitas Harapan Medan, and the sample was selected using the 10% Slovin technique, resulting in 190 respondents. Stratified random sampling was applied in the selection process. A questionnaire was used for data collection, requiring direct interaction between the researchers and participants. Multiple linear regression was the analysis technique utilized. The findings revealed that self-efficacy, personality, and social media usage all positively and significantly influenced entrepreneurial interest. Furthermore, the combined factors of self-efficacy, personality, and social media use had a notable impact on entrepreneurial interest among students at Universitas Harapan Medan. It is recommended that students enhance their entrepreneurial skills by participating in seminars and training to improve their self-quality in entrepreneurship.

Corresponding Author :

Avicenna Sindy Nabila¹, Ezzah Nahrisah², Pitono³

Universitas Harapan Medan

Email : avicennasindynabila@gmail.com

PENDAHULUAN

Terbatasnya lapangan kerja dapat menyebabkan peningkatan pengangguran, yang berdampak negatif pada kondisi ekonomi dan sosial Indonesia. Mendorong kewirausahaan adalah salah satu solusi efektif untuk mengurangi pengangguran dan memajukan perekonomian negara. Perubahan pandangan terhadap kewirausahaan, dari sesuatu yang dianggap tidak dapat diajarkan menjadi bagian integral dari kurikulum pendidikan, menunjukkan kesadaran akan pentingnya membekali generasi muda dengan keterampilan dan pengetahuan untuk memulai dan mengelola usaha. Langkah ini diharapkan dapat menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Selain pendidikan formal, pemerintah dan berbagai lembaga juga telah menyediakan berbagai program pelatihan dan pendanaan untuk mendukung calon wirausahawan. Inisiatif ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan usaha kecil dan menengah, yang merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Namun, tantangan tetap ada, seperti akses terhadap modal, bimbingan bisnis, dan infrastruktur yang memadai. Karena itu, kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, institusi pendidikan, dan masyarakat

sangat dibutuhkan untuk membangun ekosistem yang mendukung perkembangan kewirausahaan serta berkontribusi dalam menekan angka pengangguran di Indonesia.

Memang benar bahwa tingkat minat berwirausaha di Indonesia masih relatif rendah, sekitar 3,1%, dibandingkan dengan negara-negara lain. Hal ini berdampak pada terbatasnya lapangan kerja dan peningkatan tingkat pengangguran. Oleh karena itu, penting untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan masyarakat. Jiwa kewirausahaan dapat ditingkatkan melalui pendidikan dan pelatihan yang mendorong kemandirian, kreativitas, dan keberanian mengambil risiko. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan sektor swasta, seperti penyediaan akses permodalan dan pendampingan bisnis, juga berperan penting dalam mendorong minat berwirausaha. Dengan meningkatnya jumlah wirausahawan, diharapkan lapangan kerja akan bertambah, sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Untuk meningkatkan kesadaran berwirausaha, penting untuk membangkitkan minat mahasiswa dalam bidang ini. Faktor-faktor seperti potensi pendapatan tinggi, peningkatan harga diri, dan perasaan senang berkontribusi signifikan terhadap minat berwirausaha, sebagaimana disebutkan oleh Kurniati (2015:14). Selain itu, penanaman budaya wirausaha tidak hanya bertujuan mencetak pengusaha baru, tetapi juga membentuk karakter positif yang bermanfaat di berbagai bidang. Karakteristik seperti kreativitas, ketekunan, dan kemampuan mengambil risiko dapat diterapkan dalam berbagai profesi dan situasi kehidupan.

Farida dan Nurkhin (2016:351) mengemukakan tiga faktor utama yang mempengaruhi minat berwirausaha. Pertama, faktor kepribadian, yang melibatkan kebutuhan untuk meraih prestasi dan efikasi diri. Efikasi diri sendiri adalah keyakinan individu dalam kemampuan untuk mengendalikan diri, yang berhubungan dengan motivasi dan cara berpikir. Siswa yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuan mereka dalam meraih kesuksesan dalam berwirausaha memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku dan minat berwirausaha. Kedua, faktor lingkungan, yang meliputi akses ke modal, informasi, dan jaringan sosial. Ketiga, faktor demografis, seperti jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, dan pengalaman kerja. Efikasi diri, sebagai bagian dari faktor kepribadian, memegang peran vital dalam membentuk minat berwirausaha. Individu dengan tingkat efikasi diri yang tinggi cenderung lebih percaya pada kemampuan mereka untuk memulai dan mengelola usaha, sehingga lebih berpotensi terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.

Penelitian mengenai dampak efikasi diri terhadap minat berwirausaha menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Artiandewi (2016:27), Swastinitya dan Mudji (2017:16), serta Sulhaini et al. (2020:257), mengungkapkan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Mereka berpendapat bahwa semakin tinggi rasa percaya diri seseorang, maka semakin besar pula minatnya untuk terjun ke dunia wirausaha.

Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh Putry et al. (2020:14) dan Suharto et al. (2021:52) menunjukkan bahwa efikasi diri tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Perbedaan hasil temuan ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perbedaan dalam metodologi penelitian, karakteristik responden yang bervariasi, atau konteks lingkungan yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian di masa depan sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi hubungan antara efikasi diri dan minat berwirausaha.

Selain efikasi diri, kepribadian individu memainkan peran penting dalam membentuk minat berwirausaha. Mereka yang memiliki sifat-sifat kewirausahaan cenderung mandiri, tangguh menghadapi tantangan, dan mampu menciptakan peluang kerja bagi diri sendiri serta orang lain. Menurut Theory of Planned Behavior (TPB), keputusan untuk berwirausaha dipengaruhi

oleh faktor internal seperti kepribadian. Semakin seseorang memiliki karakteristik kewirausahaan, semakin besar minatnya untuk terjun ke dunia bisnis.

Penggunaan media sosial berperan penting dalam mempengaruhi minat berwirausaha. Menurut Nasrullah (2016:11), media sosial adalah serangkaian aplikasi yang memungkinkan orang dan kelompok untuk berkumpul, berinteraksi, bertukar informasi, berkomunikasi, serta berkolaborasi atau bersenang-senang dalam situasi tertentu. Pertumbuhan pengguna media sosial di era digital saat ini berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja bisnis. Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial setiap tahunnya, semakin banyak bisnis yang dikembangkan melalui platform seperti blog, Twitter, Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Perkembangan ini menciptakan peluang bagi pemasaran digital untuk terus beradaptasi secara dinamis, memberikan kesempatan besar bagi calon wirausahawan dalam mengoptimalkan potensi bisnis mereka. Selain itu, media sosial memudahkan interaksi antar individu serta memungkinkan promosi dan penjualan produk dengan biaya yang lebih efisien. Penelitian yang dilakukan oleh Prasetio (2020:35), Rahayu dan Laela (2018:203), serta Sahroh (2018:208) mengungkapkan penggunaan media sosial yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha.

Meskipun berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan kesadaran kewirausahaan di kalangan mahasiswa, dan banyak manfaat yang diperoleh dari kegiatan berwirausaha, penting untuk meneliti seberapa besar minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan. Oleh karena itu, peneliti merasa perlu melakukan studi mengenai faktor internal dan eksternal apa saja yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa Universitas Harapan Medan dalam berwirausaha.

KAJIAN PUSTAKA

Minat Wirausaha

Minat berwirausaha, sebagaimana dijelaskan oleh Wijaya dkk (2015:115), adalah kecenderungan individu untuk berwirausaha tercermin dalam upaya menciptakan produk baru dengan memanfaatkan peluang bisnis dan keberanian mengambil risiko. Sementara itu, menurut Nafi'ah (2018:39), minat berwirausaha merupakan rasa ketertarikan, keunikan, dan rasa ingin tahu terhadap dunia kewirausahaan yang menuntut adanya inovasi dan kreativitas guna memperoleh keuntungan.

Self Efficacy

Kepercayaan diri atau self-efficacy memiliki peran penting dalam mencapai tujuan, karena berpengaruh terhadap niat serta tindakan seseorang. Keberhasilan dalam menyelesaikan tugas sering kali dipengaruhi oleh tingkat self-efficacy, yang terbentuk dari pengalaman sebelumnya. Menurut Anggraeni dan Nurcaya (2016:2433), self-efficacy adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam memulai dan mengelola usaha, serta keyakinan akan kemampuannya untuk berhasil dalam berwirausaha. Keyakinan ini memberikan dampak positif dalam proses pengambilan keputusan dan kemampuan untuk menghadapi tantangan dengan strategi yang terencana.

Kepribadian

Kepribadian mencakup seluruh kualitas psikis yang diwarisi seseorang, menjadikannya unik dan berbeda dari individu lain. Keunikan ini membuat kepribadian sering digunakan untuk menggambarkan perbedaan antar individu (Alma, 2021:49).

Penggunaan Media Sosial

Nasrullah (2016:11), berpendapat bawa media sosial merupakan platform yang berbasis internet yang memungkinkan para penggunanya dapat mengekspresikan dirinya, berinteraksi dengan orang lain, berkolaborasi dan berbagi, serta dapat menjalin komunikasi dan hubungan sosial secara virtual. Sementara itu, Kotler (2019:547) mendefinisikan media sosial merupakan salah satu wadah bagi pelanggan dalam bertukar informasi, baik dalam bentuk gambar, teks, audio, maupun video, dengan orang lain maupun perusahaan.

METODE PENELITIAN

Teknik Analisis Data Penelitian

Regresi Linier Berganda

Untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen, yaitu efikasi diri, kepribadian, dan penggunaan media sosial, terhadap variabel dependen, yaitu minat berwirausaha, akan digunakan metode regresi linier berganda. Analisis data akan dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan rumus sebagai berikut:

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

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Kualitas Data

Uji Validitas Data

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X₁ (Efikasi Diri)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	8.1632	2.825	.597	.638
VAR00002	8.2421	2.862	.588	.649
VAR00003	8.3421	2.628	.544	.706

Berdasarkan Tabel 1, ketiga butir pernyataan pada variabel X₁ (efikasi diri) dikatakan valid disebabkan nilai corrected item-total correlation (*r*_{hitung}) lebih besar dari *r*_{tabel} (0,143). Oleh karena itu, kuesioner ini layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian reliabilitas.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X₂ (Kepribadian)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	13.4474	13.000	.623	.788
VAR00002	13.4579	12.874	.698	.767
VAR00003	13.4000	11.691	.769	.742
VAR00004	13.4947	12.558	.730	.757
VAR00005	13.4211	15.695	.308	.871

Berdasarkan Tabel 2, seluruh butir pernyataan pada variabel X₂ (kepribadian) dikatakan valid disebabkan nilai corrected item-total correlation (*r*_{hitung}) lebih besar dari *r*_{tabel} (0,143). Oleh karena itu, kuesioner ini layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian reliabilitas.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X₃ (Penggunaan Media Sosial)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	16.0684	8.953	.365	.649
VAR00002	15.8158	8.521	.375	.647
VAR00003	15.7789	7.866	.498	.589
VAR00004	15.7053	7.807	.510	.583

VAR00005	15.6842	8.905	.390	.638
----------	---------	-------	------	------

Berdasarkan Tabel 3, seluruh butir pernyataan pada variabel X₃ (penggunaan media sosial) dikatakan valid disebabkan nilai corrected item-total correlation (*r_{hitung}*) lebih besar dari *r_{tabel}* (0,143). Oleh karena itu, kuesioner ini layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian reliabilitas.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Y (Minat Berwirausaha)

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	17.2632	17.274	.595	.786
VAR00002	17.1684	16.755	.632	.777
VAR00003	17.1842	17.379	.587	.787
VAR00004	17.2158	17.260	.612	.782
VAR00005	17.1368	15.674	.731	.753
VAR00006	17.1368	19.050	.351	.837

Berdasarkan Tabel 4, seluruh butir pernyataan pada variabel Y (minat berwirausaha) dikatakan valid disebabkan nilai corrected item-total correlation (*r_{hitung}*) lebih besar dari *r_{tabel}* (0,143). Oleh karena itu, kuesioner ini layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian reliabilitas.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan	
1	Efikasi diri (X ₁)	0,747	0,60	Reliabel
2	Kepribadian (X ₂)	0,824		Reliabel
3	Penggunaan Media sosial (X ₃)	0,674		Reliabel
4	Minat Berwirausaha (Y)	0,818		Reliabel

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi internal alat ukur dalam penelitian. Salah satu cara yang sering digunakan adalah dengan menghitung nilai Cronbach's Alpha. Alat ukur dinilai reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Berdasarkan tabel yang ada, nilai Cronbach's Alpha tercatat lebih besar dari 0,60, sehingga alat ukur tersebut dapat dianggap reliabel.

Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.732	2.544			1.467	.144		
Efikasi Diri	.358	.133	.172		2.689	.008	.959	1.043
Kepribadian	.417	.074	.379		5.677	.000	.886	1.129
Penggunaan media sosial	.275	.093	.196		2.954	.004	.895	1.117

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

$$Y = 3,732 + 0,358 X_1 + 0,417 X_2 + 0,275 X_3$$

- a. Konstanta regresi (a) sebesar 3,732 mengindikasikan bahwa jika nilai variabel independen X₁ (efikasi diri), X₂ (kepribadian), dan X₃ (penggunaan media sosial) adalah 0, maka minat berwirausaha akan bernilai 3,732.

- b. Koefisien regresi untuk variabel independen X1 (efikasi diri) sebesar 0,358 berarti setiap peningkatan 1 satuan pada efikasi diri akan menyebabkan peningkatan minat berwirausaha sebesar 0,358 satuan.
- c. Koefisien regresi untuk variabel independen X2 (kepribadian) sebesar 0,417 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada kepribadian akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,417 satuan.
- d. Koefisien regresi untuk variabel independen X3 (penggunaan media sosial) sebesar 0,275 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada penggunaan media sosial akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,275 satuan.

Secara keseluruhan, ketiga variabel independen tersebut memberikan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1207.912	3	402.637	22.579	.000 ^b
	Residual	3316.803	186	17.832		
	Total	4524.716	189			

a. Dependent Variable: Minat berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Penggunaan media sosial, Efikasi diri, kepribadian

Berdasarkan hasil uji F yang dilakukan, didapatkan nilai Fhitung sebesar 22,579 yang lebih besar dibandingkan dengan Ftabel sebesar 2,653, serta nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel efikasi diri, kepribadian, dan penggunaan media sosial secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha.

Uji t

Tabel 8. Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.732	2.544		1.467	.144		
	Efikasi s	.358	.133	.172	2.689	.008	.959	1.043
	Kepribadian	.417	.074	.379	5.677	.000	.886	1.129
	Penggunaan media sosial	.275	.093	.196	2.954	.004	.895	1.117

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan nilai t-tabel dengan derajat bebas (df) sebesar 186 dan tingkat signifikansi 5% yang bernilai 1,973, analisis menunjukkan hal-hal berikut: a. Untuk variabel X1, nilai t-hitung sebesar 2,689 lebih besar dari t-tabel ($2,689 > 1,973$) dan nilai signifikansi 0,008 lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. b. Untuk variabel X2, nilai t-hitung sebesar 5,677 lebih besar dari t-tabel ($5,677 > 1,973$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. c. Untuk variabel X3, nilai t-hitung sebesar 2,954 lebih besar dari t-tabel ($2,954 > 1,973$) dan nilai signifikansi 0,004 lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Uji Determinasi

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.517 ^a	.267	.255	4.22283

a. Predictors: (Constant), Penggunaan media sosial, Efikasi diri, kepribadian

b. Dependent Variable: Minat berwirausaha

Berdasarkan tabel yang telah disajikan, terdapat R Square yaitu 0,267 yang menunjukkan nilai variabel minat berwirausaha (Y) dipengaruhi oleh variabel X₁ (efikasi diri), X₂ (kepribadian), dan X₃ (penggunaan media sosial) sebesar 26,7%, hal ini menunjukkan bahwa sisanya sebesar 73,3%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, yang terlihat dari nilai t (2,689) yang lebih tinggi dibandingkan t tabel (1,973) dan nilai signifikansi (0,008) yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini sesuai dengan penelitian Srianggareni et al. (2020:3), yang mengungkapkan bahwa self-efficacy mempengaruhi minat berwirausaha seseorang. Efikasi diri merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuan diri dalam menyelesaikan tugas yang dipilih, dengan mempertimbangkan faktor pendukung dan penghambat dalam dunia usaha. Menurut Hisrich et al. (2018:3), kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai melalui investasi waktu dan usaha, serta menanggung risiko fisik dan sosial, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui inovasi. Oleh karena itu, rasa percaya diri sangat penting dalam menciptakan hal-hal baru dengan memanfaatkan sumber daya yang ada.

Pengaruh Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan nilai 5,677 yang lebih besar dari 1,973 dan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Alma (2021:53) menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mendorong seseorang untuk berkarier dalam bidang wirausaha adalah atribut personal atau kepribadian. Kepribadian mencerminkan karakteristik, gaya, dan sifat unik individu yang terbentuk serta dipengaruhi oleh lingkungan. Kepribadian tercermin dalam perilaku, pola pikir, upaya menghadapi tantangan, respons terhadap peluang, dan interaksi sosial. Individu dengan kepribadian wirausaha dapat dikenali melalui ciri-ciri tertentu. Kepribadian seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi sifat bawaan dari orang tua, sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, tetangga, dan pengaruh media. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aprianty (2017:311), yang menyatakan bahwa kepribadian wirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan dampak positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung (2,954) yang lebih besar dari t-tabel (1,973) serta nilai signifikansi 0,004 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menegaskan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara penggunaan media sosial dan minat berwirausaha.

Menurut Kotler dan Keller (2019:271), media sosial berfungsi sebagai platform bagi konsumen untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video, baik antar pengguna maupun dengan perusahaan. Peran media sosial semakin diakui dalam mendukung perkembangan bisnis, khususnya bagi usaha kecil, dalam mengubah cara mereka berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan layanan, serta membangun hubungan yang lebih baik. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Laela (2018:203), Prasetyo (2020:35), serta Sahroh (2018:208), yang mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial memengaruhi minat berwirausaha.

Pengaruh Efikasi Diri, Kepribadian Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa efikasi diri, kepribadian, dan penggunaan media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini terbukti dengan nilai Fhitung sebesar 22,579, yang lebih besar dibandingkan dengan Ftabel 2,653, serta nilai signifikansi F yang lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$). Secara terpisah, penelitian oleh Paulina (2021:1), serta Tanazha dan Budiono (2021:751), mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa variabel efikasi diri, kepribadian, dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat kewirausahaan.

Menurut Bandura (2017:202), individu yang memiliki efikasi diri tinggi cenderung percaya diri dalam menghadapi berbagai situasi, gigih dalam menyelesaikan tugas, yakin akan kemampuannya, dan melihat kesulitan sebagai tantangan. Mereka juga tertarik pada pengalaman baru, menetapkan tujuan yang menantang, memiliki komitmen yang kuat, bekerja keras, meningkatkan upaya ketika menghadapi kegagalan, tetap fokus, dan merancang strategi untuk mengatasi hambatan. Selain itu, mereka dapat pulih dengan cepat setelah kegagalan dan menghadapi ancaman dengan keyakinan bahwa mereka bisa mengatasinya. Sementara itu, Marbun (dalam Alma, 2021:52-57) menyatakan bahwa seorang wirausahawan perlu memiliki rasa percaya diri, fokus pada tugas dan hasil, keberanian untuk mengambil risiko, jiwa kepemimpinan, orisinalitas, serta visi yang berorientasi pada masa depan.

Kepribadian yang kuat memotivasi seseorang untuk mengambil langkah berani dalam dunia bisnis, karena kewirausahaan memerlukan karakter yang tangguh dalam menghadapi berbagai rintangan. Menurut Mayfield (2018:4-5), media sosial berhubungan dengan menjadi individu yang autentik, yang berbagi ide, berkolaborasi, bekerja bersama untuk menciptakan karya, berpikir, berdiskusi, menemukan teman, pasangan, serta membangun komunitas. Secara ringkas, media sosial memungkinkan kita untuk mengekspresikan diri dengan bebas.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa efikasi diri, kepribadian, dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Harapan Medan, baik secara individu maupun secara bersamaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Alma, B. (2021). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa sUmum*. Bandung: Alfabeta.
- [2]. Anggraeni, D. A. L., & Nurcaya, N. (2016). Peran Efikasi Diri dalam Memediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5.(4). 2424-2453.
- [3]. Aprilianty, E. (2017). Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(3). 311-324.

- [4]. Artiandewi, A. (2016). *Pengaruh Efikasi Diri Berwirausaha dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- [5]. Bandura, A. (2017). Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory Of Behavioral Change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- [6]. Farida, S., & Nurkhin, A. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Program Keahlian Akuntansi. *Economic Education Analysis Journal*, 5(1). 346–362.
- [7]. Hisrich, R. D., Michael P. P., & Dean, A. S. (2018). *Kewirausahaan*, Edisi 7, Penerbit Salemba Jakarta: Empat.
- [8]. Kotler, P. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education International.
- [9]. Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *A Framework for Marketing Management*. *Marketing Management*.
- [10]. Kurniati, E. D. (2015). *Kewirausahaan Industri*. Yogyakarta: Deepublish.
- [11]. Nafi'ah, S. A. (2018). *Model-Model Pembelajaran Bahasa Indonesia Di. Sd/Mi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- [12]. Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [13]. Paulina, S. (2021). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri, Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi STKIP PGRI Bangkalan*. Other thesis, STKIP PGRI Bangkalan.
- [14]. Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Ntristik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*. 13(1). 35-46.
- [15]. Putry, N. A. C., Wardani, D. K., & Jati, D. P. (2020). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora)*. 6(1). 14-24.
- [16]. Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*. 20(3). 203-216.
- [17]. Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *JUPE*. 6(3). 208-215.
- [18]. Srianggareni, N. M., Heryanda, K. K., & Telagawathi, N. L. W. S. (2020). Pengaruh Moderasi *Self Efficacy* Pada Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Di Universitas Pendidikan Ganesha. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1). 1-10.
- [19]. Suharto., J. A., & Ali, K. (2021). Pengukuran Minat Berwirausaha Menggunakan *Self Efficacy*, Lingkungan Dan Pendidikan Kewirausahaan Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Bisnis Darmajaya*. 7(1). 52-69.
- [20]. Sulhaini., Ardiani, Baiq Nanda Aulia dan Rosiana, Wiji. (2020). Usaha Pariwisata Halal : *Self Efficacy*, Pengetahuan Pariwisata Halal, Relegiusitas dan Minat Berwirausaha di NTB. *Jurnal Magister Manajemen Unram*. 9(3). 257-269.
- [21]. Swastinitya, S., & Mudji, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory Of Planned Behavior (Studi Pada Mahasiwa Prilaku Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*. 6(3). 16-27.

- [22]. Tanazha, J., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Kepribadian Dan Peran Faktor Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, III*(3). 751-761
- [23]. Wijaya dkk. (2015). Intensi Berwirausaha Mahasiswa: Perspektif Pengambilan Risiko. *Jurnal Siasat Bisnis, 19*(2), 109–123.