

**PENGARUH ENTERPRENEUR MINDSET DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRUSAHA PADA UMKM
KECAMATAN MEDAN DELI SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh

AYU ROMADHONA

NPM: 2001280005



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

PERSEMBAHAN

*Karya ilmiah ini kupersembahkan kepada kedua
orangtuaku tercinta*

Ayahanda Alm. Wakidi

Ibunda Sunarsih

*Yang selalu mendoakan kesuksesan dan
keberhasilan bagi diriku*

Motto :

*Kebahagiaan kita tergantung pada
diri kita sendiri
- Aristoteles*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Romadhona

Npm : 2001280005

Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Enterpreneur Mindset Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli" merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarisme maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 24 Maret 2024
Yang Menyatakan,



Ayu Romadhona
Npm : 2001280005

**PENGARUH ENTERPRENEUR MINDSET DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRSAUSAHA PADA UMKM
KECAMATAN MEDAN DELI SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

Ayu Romadhona
NPM : 2001280005

Program Studi Manajemen Bisnis syariah

Pembimbing



Dr. Sugianto, MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, 25 - 03 - 2024

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan
seperlunya terhadap skripsi mahasiswa Ayu Romadhona yang
berjudul "Pengaruh Enterpreneur Mindset Dan Media Sosial
Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan
Medan Deli Sumatera Utara" Maka kami berpendapat bahwa
skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang
Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program
studi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam
UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan
terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Dr. Sugianto, MA



UMSU
Cerdas | Terpercaya

Si manjawab surat ini agar diletakkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/IIU/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
 Dosen Pembimbing : Dr. Sugianto, MA

Nama Mahasiswa : Ayu Romadhona
 Npm : 2001280005
 Semester : VIII
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Entrepreneur Mindset Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
03/3 - 2024	<ul style="list-style-type: none"> Perbaiki sumber deskripsi lokasi penelitian perbaiki tabel perbaiki paparan analisis angket perbaiki lampiran + tabel 		
19/3 - 2024	<ul style="list-style-type: none"> perbaiki pembahasan. 		
25/3 - 2024	<ul style="list-style-type: none"> ACC skripsi meja hijau 		

Medan, 25 Maret 2024

Diketahui/Disetujui

Ketua Program Studi

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Pembimbing Skripsi

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Dr. Sugianto, MA

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Ayu Romadhona
NPM : 2001280005
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Enterpreneur Mindset Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara

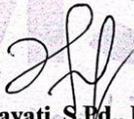
Medan, 25-03-2024

Pembimbing



Dr. Sugjanto, MA

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**



Iera Hayati, S.Pd., M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

JMSU

Cerdas | Terpercaya
menjawab surat ini agar disebutkan
nama dan tanggalnya



<http://fai.umsu.ac.id>



fai@umsu.ac.id



[umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN)



[umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN)



[umsuMEDAN](https://twitter.com/umsuMEDAN)



[umsuMEDAN](https://www.youtube.com/umsuMEDAN)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini di susun oleh :

Nama Mahasiswa : Ayu Romadhona
NPM : 2001280005
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Judul Skripsi : Pengaruh Entrepreneur Mindset dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 25/04/2024

Pembimbing

Dr. Sugianto, MA

DISETUJUI OLEH :
KETUA PROGRAM STUDI

Isra Hayati, S.Pd, M.Si



Dekan,



Dipindai dengan CamScanner
Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

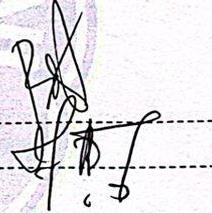
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Ayu Romadhona
NPM : 2001280005
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 25/04/2024
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Rahmayati, SE.I, ME.I
PENGUJI II : Mutiah Khairi Sihotang, MA



PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M

Prof. Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Percaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN

KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
1	2	3	4
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	es (dengan titik di atas)
1	2	3	4
ج	Jim	J	Je

ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	Komentar
1	2	3	4
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamza	?	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau dipotong:

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
1	2	3	4
–	fathah	A	A
1	2	3	4
◌َ	Kasrah	I	I
◌ِ	dammah	U	U

b. Vokal

Rangkap Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabung Huruf	Nama
◌َ	fathah dan ya	Al	a dan i
◌ِ	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- Kataba: كتب
- Fa'ala: لفع
- Kaifa: كفى

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
اُ و	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

- Qāla : قال
- Ramā : رم
- Qīla : قيل

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) a marbūtah hidup Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan «ammah, transliterasinya (t).
- 2) Ta marbūtah mati Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).
- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

- rauḍah al-aṭfāl - rauḍatul aṭfāl: لروضةالطفا
- al-Madīnah al-munawwarah : ترولمناينهدلما طلحة
- ṭalḥah : طلحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- rabbanā : ربنا

- nazzala : نزل
- al-birr : لبرا
- al-hajj : ححا
- nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: للرجا
- as-sayyidatu: ؤلسدا
- asy-syamsu: لشمسا
- al-qalamu: لقلما
- al-jalalu: ل

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- Ta' khuzūna : تاخذون
- An-nau' : انوء
- Syai'un : شياء

- Inna : ان
- Umirtu : امرت
- Akala : اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laz³unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naşrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Ayu Romadhona, 2001280005, Pengaruh Entrepreneur Mindset Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *entrepreneur mindset* dan media sosial terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM Kecamatan Medan Deli. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan 62 sampel dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket. Teknik analisis data yang digunakan uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji analisis linear berganda, dan hipotesis. Hasil penelitian membuktikan nilai $F_{hitung} (636.749) > F_{tabel} (2,70)$ dengan tingkat signifikansi 0.001. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan *Entrepreneur Mindset* dan media sosial secara bersama-sama terhadap keputusan berwirausaha. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa E-Commerce dan social media berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha, sedangkan sistem informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Kata kunci : entrepreneur mindset, media social, keputusan berwirausaha, umkm

ABSTRACT

Ayu Romadhona, 2001280005, The Influence of Entrepreneur Mindset and Social Media on Entrepreneurial Decisions in Medan Deli North Sumatera District MSMEs

The aim of this research is to examine the influence of entrepreneurial mindset and social media on entrepreneurial decisions in Medan Deli District MSMEs. The method used is a quantitative method using 62 samples and the data collection technique in this research uses a questionnaire. The data analysis techniques used are classical assumption tests, normality tests, multicollinearity tests, multiple linear analysis tests, and hypotheses. The research results prove the value of $F_{count} (636,749) > F_{table} (2.70)$ with a significance level of 0.001. Because the significant probability is much smaller than 0.05, H_0 is rejected and H_a is accepted. This shows that simultaneously, there is a significant influence of the Entrepreneur Mindset and social media together on entrepreneurial decisions. The results of this research show that E-Commerce and social media have a significant influence on entrepreneurial decisions, while information systems do not have a significant influence on entrepreneurial decisions.

Keywords: entrepreneurial mindset, social media, entrepreneurial decisions, SMEs

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Starta-1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Shalawat serta salam semoga tercurahkan atas tauladan umat akhir zaman, Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Entrepreneur Mindset Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara”**.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan pemahaman, pengetahuan dan wawasan yang penulis miliki sehingga pada Skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam penyajian materi maupun penggunaan tata bahasa. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas segala bantuan dan bimbingan serta penghargaan yang tidak ternilai kepada :

1. Yang teristimewa untuk kedua orang tua saya ayahanda Alm. Wakidi dan ibunda Sunarsih yang senantiasa memberikan doa yang tulus tiada henti sehingga penulis termotivasi menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Munawir Pasaibu, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Ibu Isra Hayati, S.Pd., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Sugianto, MA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi.
9. Bapak Indra Utama, S.STP, M.Si selaku camat Kecamatan Medan Deli yang telah memberikan izin serta dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi.
10. Kepada abang sekaligus sahabat saya Wahyu Dermawan dan seluruh teman-teman seperjuangan yang telah mendoakan dan mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini di waktu yang tepat.
11. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri yang telah mampu berusaha keras dan tak pernah menyerah sesulit sampai penulisan skripsi ini selesai.

Akhirnya, penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada semua pihak dan apabila ada yang tidak disebut penulis mohon maaf dengan sebesar-besarnya. Semoga skripsi yang ditulis oleh penulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi saya sendiri dan umumnya bagi pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini semoga amal dan kebaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT. Aamiin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 20 Maret 2024
Penulis,



Ayu Romadhona
2001280005

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).....	11
a. Definisi UMKM.....	11
b. Karakteristik UMKM	12
2. Keputusan Berwirausaha.....	14
a. Definisi Keputusan Berwirausaha.....	14
b. Faktor-Faktor Mempengaruhi Berwirausaha	15
3. <i>Entrepreneur Mindset</i> (Pola Pikir Kewirausahaan)	16
a. Definisi <i>Entrepreneur Mindset</i>	16
b. Pengembangan <i>Entrepreneur Mindset</i>	17
4. Media Sosial.....	18
a. Definisi Media Sosial	18
b. Kegunaan Media Sosial Dalam Bisnis	19
c. Jenis-Jenis Media Sosial	20
B. Kajian Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan Peneitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
1. Lokasi Penelitian	29
2. Waktu Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi	30
2. Sampel.....	30
D. Definisi Operasional Variabel	31
E. Teknik Pengumpulan Data	33

F. Instrumen Penelitian.....	34
G. Uji Prasyarat.....	34
H. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Penelitian.....	39
B. Hasil Penelitian.....	39
1. Deskripsi Karakteristik Responden	40
2. Uji Kualitas Data	43
a. Uji validitas.....	43
b. Uji Reliabilitas	45
3. Uji Asumsi Klasik	46
a. Uji Normalitas	46
b. Uji Multikolinearitas.....	47
c. Uji Heteroskedasitas	48
4. Uji Regresi Linier Berganda	48
5. Uji Hipotesis	50
a. Uji Parsial	50
b. Uji Simultan.....	52
c. Koefisien Determinasi	52
C. Pembahasan	53
BAB IV PENUTUP	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
Tabel 2.1.....	15
Tabel 3.1.....	22
Tabel 3.2.....	25
Tabel 3.3.....	26
Tabel 4.1.....	37
Tabel 4.2.....	37
Tabel 4.3.....	37
Tabel 4.4.....	38
Tabel 4.5.....	40
Tabel 4.6.....	42
Tabel 4.7.....	43
Tabel 4.8.....	44
Tabel 4.9.....	44
Tabel 4.10.....	45
Tabel 4.11.....	45
Tabel 4.12.....	45
Tabel 4.13.....	47
Tabel 4.14.....	49
Tabel 4.15.....	50
Tabel 4.16.....	52
Tabel 4.17.....	52

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
Gambar 1.1	3
Gambar 1.2.....	4
Gambar 2.1.....	24
Gambar 4.1.....	47
Gambar 4.2.....	48



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kewirausahaan merupakan keterampilan kreatif dan inovatif yang menjadi landasan, kiat, dan sumber daya untuk menemukan peluang menuju kesuksesan. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui kreativitas dan tindakan inovatif, menciptakan peluang kesuksesan. Menurut (Kasmir, 2011), wirausaha adalah orang yang mempunyai keberanian mengambil resiko untuk memulai suatu usaha dalam berbagai kesempatan. Berani mengambil resiko berarti mandiri dan berani memulai usaha di tengah situasi yang tidak menentu tanpa terbebani rasa takut atau cemas.

Menurut Joseph Schumpeter, Bucholi Alma (2011: 24), pengusaha adalah seseorang yang memanfaatkan produk yang sudah ada dengan memperkenalkan barang atau jasa baru, menciptakan bentuk organisasi baru, atau mengolah bahan mentah baru. Hal ini menekankan bahwa wirausaha adalah seseorang yang melihat peluang dan menciptakan organisasi baru untuk memanfaatkan peluang tersebut. Usaha yang dilakukan wirausaha ini sebagian termasuk usaha besar, namun terbanyak tergolong dalam usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Dalam perekonomian Indonesia, UMKM berperan penting dalam memperluas lapangan kerja, dan seiring dengan perlambatan perekonomian Indonesia, UMKM diharapkan dapat menjadi motor penggerak pembangunan di masa depan. Muncul dan berkembangnya beberapa perusahaan startup teknologi di Indonesia semakin mendorong perkembangan UMKM. Sebut saja seperti Bukalapak, Tokopedia, Blibli, Shopee dan lainnya. Saat ini untuk menjadi pelaku UMKM cukup mudah, karena tersedia marketplace yang sangat membantu bagi pelaku UMKM dalam memasarkan produknya, sehingga menjadi salah satu rangsangan tumbuhnya UMKM baru. (Fitriani et al., 2023). Selain itu, UMKM juga harus mampu berinovasi dalam pemanfaatan teknologi digitalisasi untuk meningkatkan jumlah konsumen sehingga berdampak pada pertumbuhan permintaan. (Silalahi, 2022). idang perdagangan, menuntut adanya berbagai inovasi dalam memasarkan produk. Perusahaan juga diharapkan pada kondisi persaingan

dan terus dituntut untuk meningkatkan dan atau menyesuaikan kualitas produk dan promosi dengan keinginan konsumennya. (Astuti & Abdullah, 2017)

Pengertian UMKM menurut UU Nomor 9 Tahun 1999 dan seiring dengan semakin dinamisnya kondisi pembangunan, pada Pasal 1 UU Nomor 20 Tahun 2008 .

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan atau badan tunggal yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha kecil adalah suatu usaha ekonomi produktif dan mandiri yang dijalankan oleh orang perseorangan atau bukan anak perusahaan atau cabang dari suatu perusahaan, yang dimiliki atau dikuasai oleh, atau langsung atau tidak langsung menjadi bagian dari Perusahaan-Perusahaan menengah atau besar yang memenuhi Standar Usaha Kecil dan Menengah berdasarkan Undang-undang.
- 2) Usaha menengah adalah suatu usaha ekonomi yang sangat produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh orang atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari suatu perusahaan yang dimiliki atau dikendalikan. Sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, secara tidak langsung terlibat dengan usaha kecil dan menengah atau usaha besar dengan total kekayaan bersih atau omzet tahunan.
- 3) Perusahaan besar produktif secara ekonomi dan dioperasikan oleh perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan sebesar . hasil tersebut lebih besar dibandingkan perusahaan menengah, yang meliputi perusahaan BUMN atau perusahaan swasta, perusahaan patungan, dan perusahaan asing yang memiliki kegiatan ekonomi di Indonesia.
- 4) Dunia usaha yang terdiri atas usaha mikro, usaha kecil menengah, usaha kecil menengah, dan usaha besar, melakukan kegiatan perekonomian di Indonesia dan kegiatan ekonomi yang berbasis di Indonesia.

Supriyanto (2006: 1) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa UMKM dapat menjadi solusi pengentasan kemiskinan di Indonesia. Pengentasan kemiskinan melalui pengembangan UMKM sangat berpeluang besar, mengingat sektor UMKM mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap penyerapan tenaga kerja, menyumbang lebih dari 99,45% lapangan kerja dan sekitar 30% terhadap PDB.

Upaya pemajuan dan pengembangan sektor UMKM dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja yang ada dan tentunya meningkatkan kesejahteraan pekerja yang terlibat serta mengurangi pengangguran.

Kelurahan <i>Locality</i>	Industri Besar/ Sedang <i>Macro/Middle industry</i>	Industri Kecil <i>Micro industry</i>	Industri RumahTangga <i>Home industry</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Tanjung Mulia	29	2	20	51
Tanjung Mulia Hilir	4	6	24	34
Mabar Hilir	12	6	22	40
M A B A R	29	9	25	63
Kota Bangun	7	3	15	25
Titi Papan	8	14	18	40
Medan Deli	89	40	124	253

Sumber/Source : (*Kecamatan Medan Deli Dalam Angka 2021, 2021*)

Gambar 1.1

Jumlah UMKM Kecamatan Medan Deli Tahun 2022

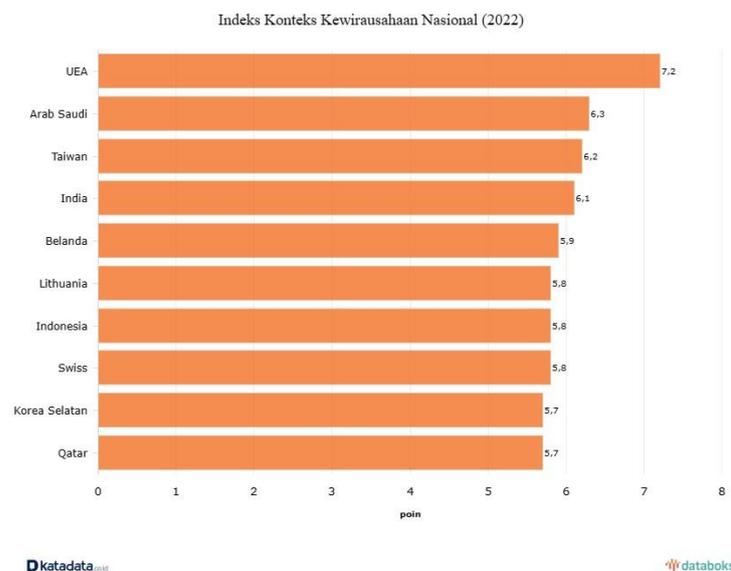
Tercatat sebanyak 253 jumlah pelaku Usaha Miksro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Medan Deli yang bersumber dari Kantor Camat Medan Deli. Dengan jumlah industri besar atau sedang sebanyak 89, industry kecil sebanyak 40 dan industry rumah tangga sebanyak 124 pelaku usaha. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan Benny Iskandar Nasution menyebutkan, ekonomi Kota Medan stabil selama tahun 2022 ini. UMKM menjadi penopang perekonomian di Kota Medan pasca dilanda pandemi COVID-19. Jumlah pelaku UMKM Medan terdata pada tahun 2022 di aplikasi SIMDAKOP UMKM (Sistem Pendataan Koperasi dan UMKM) sebanyak 38.343 UMKM. Diantaranya UMKM yang terdaftar sebagai binaan Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan berjumlah 1.825 UMKM.

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki tingkat pengangguran yang tinggi apabila dilihat dari sumber daya manusianya. Tingginya tingkat pengangguran dikarenakan peluang kerja lebih sedikit apabila dibandingkan dengan jumlah angkatan kerja diberbagai jenjang pendidikan. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 7,86 juta

orang pada Agustus 2023. Jumlah ini berkurang sekitar 560 ribu orang atau 6,77% dibanding Agustus 2022. Jumlah pengangguran di Indonesia telah mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir sejak mencapai titik tertinggi pada awal pandemi virus corona.

Namun, pada tahun 2019 tingkat pengangguran kembali naik menjadi 8,53% dan meningkat drastis pada tahun 2020 mencapai 10,74%. Pada tahun 2021, meskipun terjadi sedikit peningkatan mencapai 10,81%. Pada tahun 2022, tingkat pengangguran di Kota Medan mengalami penurunan tetapi masih di atas tingkat pengangguran pada tahun 2018, yakni mencapai 8,89%. Dan saat ini pada tahun 2023 Kota Medan mengalami penurunan lagi menjadi 8,67%.

Oleh karena itu, untuk mengatasi pengangguran di Indonesia, tidak hanya diperlukan peningkatan kinerja operasional UMKM yang sudah ada, namun juga penciptaan wirausaha-wirausaha baru yang handal. Hal ini memerlukan langkah-langkah komprehensif dari pemerintah, legislatif, swasta dan masyarakat untuk menumbuhkan munculnya kewirausahaan di masyarakat dan sinkronisasi hubungan pemerintah-masyarakat di era globalisasi ini membutuhkan keterbukaan dan motivasi. Hal ini akan menjadi wadah bagi pengembangan UMKM dan kedepannya dapat meningkatkan jumlah UMKM di Indonesia sekaligus menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran.



Sumber : Databoks Indonesia

Gambar 1.2
Indeks Konteks Kewirausahaan Nasional 2022

Laporan Global Entrepreneurship Monitor (GEM) memberi peringkat pada Indeks Konteks Kewirausahaan Nasional (NECI) tahun 2022. NECI didirikan untuk menentukan kualitas lingkungan kewirausahaan suatu negara. Dari data tersebut kita dapat melihat bahwa beberapa negara memiliki nilai yang sangat tinggi. Pemeringkatan dilakukan dalam skala 1 hingga 10, dengan angka yang lebih tinggi menunjukkan lingkungan bisnis yang lebih baik. Uni Emirat Arab (UEA) menduduki peringkat pertama dengan skor 7,2. Arab Saudi berada di urutan kedua dengan 6,3 poin. Tempat ketiga diraih Taiwan dengan 6,2 poin. India berada di peringkat ke-4 dengan 6,1 poin. Menyusul Belanda di peringkat kelima dengan skor 5,9. Lithuania saat ini menempati peringkat 6 dengan nilai 5,8. Indonesia berada di peringkat 7 dengan poin 5,8, sama dengan Lithuania. Lampirkan sisanya ke meja. GEM mendefinisikan bentuk spesifik kewirausahaan ekonomi melalui sejumlah karakteristik. Mereka menaikkannya di atas Entrepreneurial Framework Condition (EFC). Namun, perlu dicatat bahwa sebagian besar negara dengan WFC yang cukup baik mungkin tidak begitu baik dalam hal lain.

Faktor pertama adalah kesuksesan pribadi sebagai wirausaha, dimana terdapat kemungkinan memperoleh peluang yang diinginkan dan keuntungan profesional atas pekerjaan yang dilakukan. Efikasi diri sebagai salah satu indikator motivasi menjadi seorang wirausaha menunjukkan bahwa seseorang menjadi wirausaha apabila mereka yakin bahwa dirinya lebih besar kemungkinannya untuk berhasil dalam berwirausaha dibandingkan bekerja pada orang lain untuk memperoleh hasil yang berharga, hal ini karena mengasumsikan bahwa motivasi dapat diperoleh.

Faktor kedua dalam proses pengambilan keputusan seorang wirausaha atau wirausaha harus mempertimbangkan tingkat toleransi risiko. Wirausahawan dapat dikatakan penghindar risiko (risk averse) apabila hanya mau memanfaatkan peluang tanpa mengambil risiko (Aditya Mahesa 2012: 20).

Faktor ketiga adalah keinginan untuk merasa bebas dalam bekerja. Kebebasan menjalankan usaha merupakan keuntungan lain bagi pengusaha. Sebuah studi tahun 1991 terhadap perusahaan kecil menemukan bahwa 38% dari karyawan berhenti dari pekerjaan mereka di perusahaan lain karena ingin menjadi bos di perusahaan mereka sendiri. Beberapa pengusaha menggunakan kebebasannya

untuk secara fleksibel membentuk kehidupan pribadi dan perilaku kerjanya (I Ketut Diana (2015: 3)

Penelitian yang dilakukan oleh (Rachman Mulyandi & Puspitasari, n.d.) menyampaikan bahwa dari hasil Analisa data dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh cukup kuat dan signifikan terhadap tumbuhnya minat berwirausaha. Media sosial juga memberikan terobosan baru untuk merubah pola pikir masyarakat untuk memulai atau membuka suatu usaha. Pada masa pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia sejak Desember 2019 lalu, membuat banyak perusahaan merumahkan pegawainya bahkan banyak karyawan terkena PHK dari pekerjaannya yang menyebabkan banyak masyarakat memulai menjadi wirausaha. Banyaknya masyarakat yang memulai berwirausaha ini menjadikan wilayah Medan Deli mengalami peningkatan UMKM.

Tetapi tidak banyak yang berhasil mempertahankan usahanya dikarenakan *Mindset* dari beberapa pelaku yang tidak percaya diri dan berpikir maju karena sebelumnya belum pernah memulai suatu bisnis. Dalam melakukan wirausaha, pelaku usaha harus memiliki tingkat kepercayaan diri. Harus yakin pada kemampuan diri sendiri dalam mengambil setiap keputusan serta mampu meminimalisir risiko yang mungkin diterima. Dan tak banyak pula yang mengerti tentang media sosial yang dapat membantu memasarkan produk mereka tanpa harus keluar rumah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Entrepreneur Mindset* dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya *Entrepreneur Mindset* atau pola pikir kewirausahaan karena takut akan kegagalan.
2. Pemahaman tentang media sosial yang membantu para pelaku UMKM yang masih kurang dimengerti.

3. Banyaknya pertimbangan yang harus dilakukan oleh calon wirausahawan dalam memulai usaha karena takut akan kegagalan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *Entrepreneur Mindset* terhadap keputusan berwirausaha UMKM Kecamatan Medan Deli?
2. Apakah ada pengaruh media sosial terhadap keputusan berwirausaha UMKM Medan Deli?
3. Apakah ada pengaruh *Entrepreneur Mindset* dan media sosial terhadap keputusan berwirausaha UMKM Medan Deli?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Entrepreneur Mindset* terhadap keputusan berwirausaha UMKM Kecamatan Medan Deli?
- 2) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial terhadap keputusan berwirausaha UMKM Medan Deli?
- 3) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Entrepreneur Mindset* dan media sosial terhadap keputusan berwirausaha UMKM Medan Deli?

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya, khususnya mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan bagi berbagai pihak.

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan aspek akademis, diharapkan penelitian ini mampu menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang kewirausahaan bagi masyarakat maupun penulis

2. Manfaat praktis

Berdasarkan aspek praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pemerintah yang Tengah menjalankan program wirausaha bagi masyarakat.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berdasarkan buku “*Panduan Penulisan Skripsi FAI UMSU*”. Adapun penulisan proposal ini, penulis membahas beberapa komponen dalam proposal penelitian ini, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORITIS

Bab ini berisi uraian tentang kajian pustaka, kajian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, uji prasyarat, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian tentang penelitian dan pembahasan yang berisi deskripsi penelitian, temuan penelitian, dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini merupakan penutup dari skripsi, yang di dalamnya memuat kesimpulan dan saran-saran yang diakhiri dengan daftar pustaka dan lampiran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

a. Definisi UMKM

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM Bab 1 Pasal 1 Usaha mikro adalah usaha produktif milik perseorangan dan/atau unit usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha produktif dan mandiri yang dijalankan oleh perorangan, atau anak perusahaan dari suatu usaha yang dimiliki atau dikuasai, atau suatu usaha yang secara langsung atau tidak langsung merupakan bagian dari usaha menengah dan memenuhi syarat-syarat berikut. Perusahaan skala menengah adalah perusahaan yang sangat produktif dan mandiri. Perusahaan yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha. Suatu usaha yang dimiliki, dikendalikan, atau dimiliki oleh suatu badan usaha kecil dan bukan oleh anak perusahaan atau kantor cabang, perusahaan terlibat baik langsung maupun tidak langsung.

Pengertian UMKM menurut UU Nomor 9 Tahun 1999 dan seiring dengan semakin dinamisnya kondisi pembangunan, pada Pasal 1 UU Nomor 20 Tahun 2008:

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan atau badan tunggal yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha kecil adalah suatu usaha ekonomi produktif dan mandiri yang dijalankan oleh orang perseorangan atau bukan anak perusahaan atau cabang dari suatu perusahaan, yang dimiliki atau dikuasai oleh, atau langsung atau tidak langsung menjadi bagian dari Perusahaan-Perusahaan menengah atau besar yang memenuhi Standar Usaha Kecil dan Menengah berdasarkan Undang-undang.
- 3) Usaha menengah adalah suatu usaha ekonomi yang sangat produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh orang atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari suatu perusahaan yang dimiliki atau dikendalikan. Sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, secara tidak

langsung terlibat dengan usaha kecil dan menengah atau usaha besar dengan total kekayaan bersih atau omzet tahunan .

- 4) Perusahaan besar produktif secara ekonomi dan dioperasikan oleh perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan sebesar . hasil tersebut lebih besar dibandingkan perusahaan menengah, yang meliputi perusahaan BUMN atau perusahaan swasta, perusahaan patungan, dan perusahaan asing yang memiliki kegiatan ekonomi di Indonesia.
- 5) Dunia usaha yang terdiri atas usaha mikro, usaha kecil menengah, usaha kecil menengah, dan usaha besar, melakukan kegiatan perekonomian di Indonesia dan kegiatan ekonomi yang berbasis di Indonesia.

b. Karakteristik UMKM

Untuk membedakan UMKM, pengklasifikasian UMKM memerlukan kriteria dan karakteristik tertentu. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 mengenai UMKM, UMKM digolongkan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- 1) Kriteria usaha mikro Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 mengenai UMKM Bab IV Pasal 6. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria usaha kecil Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 mengenai UMKM Bab IV Pasal 6. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) dan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) dan paling paling pajak Rp. 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria usaha menengah Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 mengenai UMKM Bab IV Pasal 6. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) dan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua miliar lima

ratus juta rupiah) dan paling paling pajak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Dari kriteria menurut undang-undang dapat dipahami bahwa pada tiap usaha mempunyai kriteria/ciri tertentu yang berarti: Usaha Mikro Mempunyai asset maksimal 50 juta dan omsetnya maksimal 300 juta. Usaha Kecil Mempunyai asset lebih dari 50 juta sampai dengan 500 juta, sedangkan omsetnya adalah lebih dari 300 hingga 2,5 Miliar. Usaha Menengah Mempunyai asset diatas 500 juta sampai dengan 10 miliar, dan omsetnya 2,5 Miliar hingga 50 Miliar.

2. Keputusan Berwirausaha

a. Definisi Keputusan Berwirausaha

Istilah “keputusan” diciptakan untuk menunjukkan bahwa konsultasi telah selesai dan tindakan telah diambil (Pettigrew, 2014). Kewirausahaan adalah sikap, mental, dan jiwa untuk selalu aktif, kreatif, inovatif, dan orisinal, serta mampu menjadi pionir dalam meningkatkan pendapatan dan memberikan nilai lebih kepada masyarakat melalui kegiatan berusaha. Orang yang mempunyai jiwa kewirausahaan disebut wirausaha. Kewirausahaan dianggap sebagai salah satu faktor yang dapat mendorong peningkatan perekonomian Indonesia karena beberapa alasan.

Antara lain dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan masyarakat dalam mengkomunikasikan ide dan kreasinya. Pengambilan keputusan kewirausahaan memberikan informasi tentang apa yang disukai dan disukai orang. Jika seseorang tertarik pada suatu hal, tindakan atau hal apa pun yang dilakukannya akan diarahkan pada minat tersebut. Pengambilan Keputusan Wirausaha adalah tingkat antusiasme yang terkait dengan perhatian khusus atau berkelanjutan terhadap suatu subjek.

Keputusan kewirausahaan menunjukkan apa yang diinginkan, dilakukan, dan dinikmati orang. Jika seseorang tertarik pada suatu hal, tindakan atau hal apa pun yang dilakukannya akan diarahkan pada minat tersebut. Pengambilan Keputusan Wirausaha adalah tingkat antusiasme yang terkait dengan perhatian khusus atau berkelanjutan terhadap suatu subjek. Keputusan dapat diartikan sebagai menarik perhatian pada sesuatu. Keputusan kewirausahaan menunjukkan apa yang diinginkan, dilakukan, dan dinikmati orang.

Seseorang yang tertarik pada sesuatu akan mengarahkan tindakan dan bendanya ke arah minat tersebut. Pengambilan keputusan kewirausahaan adalah tingkat kegembiraan yang terkait dengan perhatian khusus, atau perhatian berkelanjutan, terhadap objek, peristiwa, atau topik minat tertentu, dan sangat dipengaruhi oleh dua variabel: variabel sikap dan norma subjektif. Dengan kata lain, kombinasi variabel sikap dan norma subjektif tidak mempengaruhi perilaku secara langsung, melainkan terlebih dahulu bertindak melalui minat, dan minat inilah yang langsung mempengaruhi perilaku.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha

Faktor pertama adalah kesuksesan pribadi sebagai wirausaha, dimana terdapat kemungkinan memperoleh peluang yang diinginkan dan keuntungan profesional atas pekerjaan yang dilakukan. Efikasi diri sebagai salah satu indikator motivasi menjadi seorang wirausaha menunjukkan bahwa seseorang menjadi wirausaha apabila mereka yakin bahwa dirinya lebih besar kemungkinannya untuk berhasil dalam berwirausaha dibandingkan bekerja pada orang lain untuk memperoleh hasil yang berharga, hal ini karena mengasumsikan bahwa motivasi dapat diperoleh.

Faktor kedua dalam proses pengambilan keputusan seorang wirausaha atau wirausaha harus mempertimbangkan tingkat toleransi risiko. Wirausahawan dapat dikatakan penghindar risiko (risk averse) apabila hanya mau memanfaatkan peluang tanpa mengambil risiko (Aditya Mahesa 2012: 20).

Faktor ketiga adalah keinginan untuk merasa bebas dalam bekerja. Kebebasan menjalankan usaha merupakan keuntungan lain bagi pengusaha. Sebuah studi tahun 1991 terhadap perusahaan kecil menemukan bahwa 38% dari karyawan berhenti dari pekerjaan mereka di perusahaan lain karena ingin menjadi bos di perusahaan mereka sendiri. Beberapa pengusaha menggunakan kebebasannya untuk secara fleksibel membentuk kehidupan pribadi dan perilaku kerjanya (I Ketut Diana (2015: 3)

3. Entrepreneur Mindset (Pola Pikir Kewirausahaan)

a. Definisi Entrepreneur Mindset

Kewirausahaan merupakan pola pikir dan cara pandang yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha atau calon wirausaha agar dapat menghadapi tantangan,

menciptakan peluang, dan menjalankan usaha secara efektif. Kewirausahaan melibatkan sikap, keyakinan, dan nilai-nilai tertentu yang menjadi dasar tindakan dan keputusan seorang wirausaha dalam menjalankan usaha. Kewirausahaan adalah cara berpikir yang memungkinkan individu mengatasi tantangan, menegaskan diri, dan mengambil tanggung jawab atas hasil. Pola pikir ini selalu diperlukan untuk meningkatkan keterampilan, belajar dari kesalahan, dan mengimplementasikan ide-ide yang ada. Ada beberapa elemen kunci pola pikir kewirausahaan. yaitu :

- 1) Gaya kognitif dan intuitif: Kecenderungan untuk melihat masalah secara luas, menarik kesimpulan, dan bertindak cepat, bahkan ketika hanya sedikit informasi yang tersedia.
- 2) Ketangkasan Wirausaha Kelincahan wirausaha mengacu pada kemampuan mencari dan mengidentifikasi informasi baru, menghubungkannya dengan informasi sebelumnya, dan mengevaluasi apakah informasi tersebut mewakili peluang.
- 3) Metakognisi kewirausahaan berarti melihat sesuatu dari sudut pandang holistik yang berbeda. Orientasi tujuan, pengetahuan metakognitif, pengalaman metakognitif, pilihan metakognitif, pemantauan diri
- 4) Sumber daya, perolehan sumber daya, konservasi sumber daya, eksploitasi sumber daya (Doye, N.C. & Bwisa, M, 2015).

Pendapat di atas diterapkan bahwa dengan menjadikan orang yang berwirausaha dan melatih rasa percaya diri juga diharapkan dapat mengubah anggapan bahwa menjadi wirausaha menjanjikan kehidupan yang lebih baik bagi. Sesuai dengan penelitian (Suaidy & Ramli, 2019).

a. Pengembangan Entrepreneur Mindset

McGrath dan Mac Millan mengidentifikasi lima karakteristik kewirausahaan yang memiliki kesamaan dengan kewirausahaan dan kebiasaan kewirausahaan, yaitu:

- 1) Mereka sangat tertarik mencari peluang baru
- 2) Mereka mencari peluang dengan disiplin yang tinggi
- 3) Mereka mengejar peluang terbaik dan tidak menghabiskan energi untuk setiap pilihan
- 4) Mereka fokus pada tindakan

Oleh karena itu, membangun dan mengembangkan kewirausahaan dapat dilakukan dengan mengembangkan kebiasaan melalui tiga cara kepemimpinan, arahan, dan motivasi diri. Ada tiga strategi penerapan kebiasaan kepemimpinan diri, yaitu:

- 1) Strategi ini berfokus pada tindakan dan refleksi diri serta bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang kapan, bagaimana, dan mengapa kita bertindak.
- 2) Mengembangkan Kebiasaan Berkreativitas Kreativitas adalah kemampuan menghasilkan gagasan, wawasan, penemuan, produk seni, atau benda baru yang dianggap unik, berguna, dan bernilai bagi orang lain. Ada beberapa hal yang menghalangi seseorang untuk berkreasi. Mereka penakut, tidak menyukai kebingungan, lebih suka menghakimi daripada menghasilkan ide, jarang menerima tantangan, dan sulit membedakan antara khayalan dan kenyataan.
- 3) Biasakan berimprovisasi. Improvisasi merupakan suatu bentuk seni yang terjadi secara spontan tanpa persiapan apapun.

Penelitian ini terbatas pada pembahasan pola pikir kewirausahaan (Kirkley, 2016)

4. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan media online dengan pengguna yang memungkinkan penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Pendapat lain menyatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi media sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah media di Internet yang memungkinkan adanya ikatan sosial bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dan berinteraksi secara virtual dengan pengguna lainnya (Nasrullah, 2015: 11).

b. Kegunaan Sosial Media dalam Bisnis

Media sosial adalah media yang sangat membantu para wirausahawan untuk memulai usaha, ada beberapa kegunaan media sosial dalam berbisnis, yaitu :

1). Dasar Untuk Riset Pasar

Untuk bisnis apa pun, target pasar merupakan faktor penting untuk dipertimbangkan. Karena hal inilah yang menentukan keberhasilan penjualan produk. Di zaman yang semakin modern ini, berbagai alat telah bermunculan untuk membantu menganalisis audiens dengan memantau aktivitas media sosial. Misalnya, Platform Sonar, Facebook Insights, Twitter Counter, dll. Dengan menggunakan data yang diperoleh dan dapat lebih mudah menentukan aktivitas pasar dan mengukur seberapa sukses strategi pemasaran yang diterapkan pada perusahaan.

2). Meningkatkan Keterlibatan Pelanggan

Media sosial merupakan cara paling efektif untuk meningkatkan keterlibatan atau hubungan pelanggan dengan penjual. Desain serta konten yang dibuat oleh penjual harus mempunyai daya tarik bagi para pelanggan agar pelanggan dapat tertarik dengan produk yang dibuat dan membuat pelanggan mempromosikannya kepada orang lain.

3). *Platform* Promosi yang Efektif

Memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan dibandingkan biaya yang harus dikeluarkan untuk promosi dengan media offline seperti media penyiaran maupun media cetak.

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Buku berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015: 39) ini memiliki enam kategori besar dari media sosial.

- 1) Jejaring sosial adalah sarana terjadinya interaksi, termasuk dampak yang ditimbulkan oleh interaksi tersebut di dunia maya. Fitur utama situs jejaring sosial adalah pengguna membentuk jaringan pertemanan baru. Terbentuknya jaringan pertemanan baru seringkali didasari oleh ketertarikan pada hal yang sama, misalnya kesamaan hobi. Contoh jejaring sosial adalah Facebook dan Instagram.
- 2) 2. Blog merupakan media sosial dimana penggunanya dapat mengunggah aktivitas sehari-harinya, memberikan komentar, dan membagikannya kepada pengguna lain. Berbagi tautan web, informasi, dll.

4. Microblogging adalah salah satu jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya menulis dan mengunggah kegiatan dan pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial mengacu pada kemunculan jenis Twitter, namun hanya jenis yang mampu memberikan ruang dalam jumlah tertentu, yakni hingga 140 karakter.
5. Media Sharing, Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan media seperti dokumen, video, file audio, gambar, dll secara online. Contoh media sosial antara lain YouTube, Flickr, Photobucket, dan Snapfish.
6. 5.Social Bookmarking adalah media sosial yang digunakan untuk mengatur, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi dan berita di Internet. Situs social bookmarking yang terpopuler adalah Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan Indonesia sendiri adalah LintasMe.
7. 6.Wiki atau media konten bersama adalah situs web yang kontennya merupakan hasil kolaborasi antar pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau mengedit konten yang dipublikasikan.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Peneliti membuat kajian penelitian terdahulu dengan menggunakan tabel, yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Tahun, Jenis Jurnal	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1	Eka Astra Susilawaty/2022, <i>Jurnal of Bussines Administration.</i> (Susilawaty, 2022)	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Penelitian ini menggunakan pendekatan kauntitatif dengan jenis penelitian hipotesis dan menggunakan metode pengumpulan data dengan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

No	Nama Peneliti/ Tahun, Jenis Jurnal	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
			menggunakan kuisisioner.	mahasiswa sedangkan media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
2	Raihanah Sari/ 2022, Jurnal Ekonomi dan Bisnis. (R. Sari, 2022)	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Melalui Mata Kuliah Kewirausahaan.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan <i>Purposive sampling</i> dan teknik pengambilan data dengan observasi & wawancara.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ekonomi terdiri dari modal dan peluang yang memenuhi kebutuhan ekonomi. Faktor ekonomi adalah hal yang paling berkaitan dengan hubungan perekonomian yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa PGSD.
3	Eva Risqita Listya Sari, Dyah Pravitasari/ 2022, Jurnal Akuntansi.(E. R. L. Sari & Pravitasari, 2022a)	Pengaruh Persepsi E- Commerce, Modal Usaha, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keputusan	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Dengan pengolahan data	Hasil dari ini Penelitian menunjukkan bahwa persepsi e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi mempunyai

No	Nama Peneliti/ Tahun, Jenis Jurnal	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
		Berwirausaha di Pandemi Covid- 19	menggunakan IBM SPSS versi 23.	pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha di masa pandemi Covid-19, usaha modal tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan berwirausaha.
4	Ade Nurhayati Kusumadewi/2020, Jurnal Ekonomi dan Bisnis.(Nurhayati Kusumadewi Program Studi Manajemen -STIE Khez Muttaqien Purwakarta, 2020)	Implementasi Jiwa Wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 22.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel semangat kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial mempunyai 5pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswi perguruan tinggi swasta di Purwakarta.
5	Nining Purwaningsih, Teknik Megaster/ 2019. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan.	Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan <i>Adversity</i> <i>Quotient</i> dan Pendidikan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitas dengan menggunakan	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pola pikir wirausaha berpengaruh terhadap minat

No	Nama Peneliti/ Tahun, Jenis Jurnal	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
	(Tangerang et al., 2019)	Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Kota Tangerang	teknik sampel <i>purposive sampling</i> .	berwirausaha, adversity quotient berpengaruh terhadap minat berwirausaha, pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.
6	Riska Irmadha Yeni/2022, Jurnal Akuntansi Keuangan dan Teknologi Informasi Akuntansi. (Yeni et al., n.d.)	Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Sosial Media dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha.	Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce dan social medial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Sedangkan penggunaan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha
7	Siti Nur Hazizah, Muhammad Irwan Padli Nasution/2022, Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan.(Hazizah et al., 2022)	Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (mixed method), yaitu	Hasil dari penelitian ini adalah 1. Rata-rata skor dari indikator peran media sosial instagram terhadap minat

No	Nama Peneliti/ Tahun, Jenis Jurnal	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
			kombinasi metode penelitian kualitatif dan kuantitatif.	berwirausaha yang didapatkan adalah sebesar 388,08. 2. Rata-rata skor dari indikator minat berwirausaha diperoleh sebesar 387,8. 3. Kendala dalam menggunakan media sosial instagram adalah tidak semua fitur dalam instagram dimanfaatkan untuk berwirausaha
8	Wilson Rendy Wijaya, Sarwo Edy Handoyo/2023, Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan. (Manajerial et al., 2023)	Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara	Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pemilihan sampel <i>non probability sampling</i> dengan metode <i>accidental sampling</i> .	Hasil penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang negatif dan tidak signifikan media sosial terhadap keberhasilan usaha, kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, motivasi berpengaruh positif tidak signifikan

No	Nama Peneliti/ Tahun, Jenis Jurnal	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
				terhadap keberhasilan usaha.
9	Vionna Agnesia, Agung Joni Saputra/2022, Jurnal Akuntansi. (Agnesia & Saputra, 2022)	Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai	Penelitian menggunakan metode probability sampling dengan teknik simple random sampling. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian membuktikan penggunaan ecommerce dan financial technology tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Sedangkan media sosial berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Dumai.
10	Yuni Tresnawati, Kurniawan Prasetyo/2022, Journal of New Media and Communication. (Tresnawati et al., 2022)	Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner	Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan melakukan observasi dan wawancara.	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa penggunaan konten visual di Instagram erat hubungannya dalam membangun loyalitas konsumen dalam berbisnis UMKM.

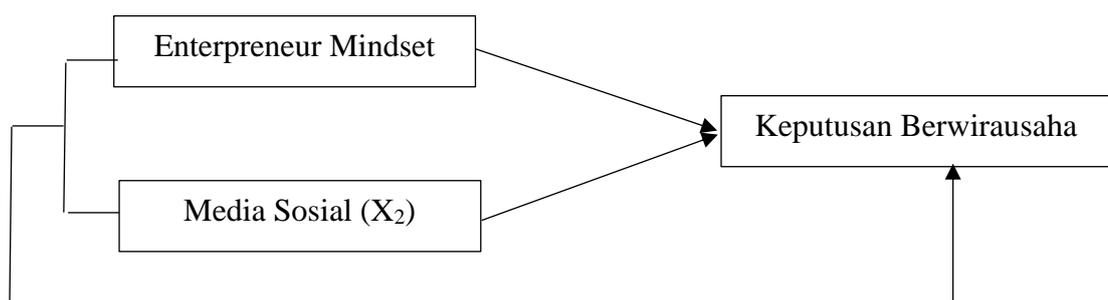
Dari tabel penelitian terdahulu diatas dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terdapat perbedaan yaitu perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada lokasi penelitian, metode penelitian, dan hasil penelitian.

C. Kerangka Pemikiran

Masih terdapat keterbatasan dalam berwirausaha di Indonesia. Hal ini disebabkan karena pemikiran masyarakat yang belum up-to-date, kurangnya keberanian mengambil resiko, kurangnya motivasi untuk maju, kurangnya jiwa kewirausahaan yang matang sejak dini. Hal ini membutuhkan proses mengubah cara berpikir para pelaku usaha. Semakin banyak wirausaha akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi negara, menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan stabilitas perekonomian negara. Sebaliknya, rendahnya jumlah wirausaha di suatu negara mengakibatkan pengangguran, kurangnya pendapatan nasional, meningkatnya kejahatan, dan masalah sosial lainnya.

Adanya pemahaman tentang pola pikir kewirausahaan dan juga dibantu oleh adanya media sosial yang menjadi media yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam berbagai hal. Hal ini pula yang dapat membantu para wirausahawan mengambil keputusan yang tepat untuk memulai suatu usaha tanpa adanya keraguan dan ketakutan akan kegagalan.

Skema Kerangka Pemikiran



Keterangan :

—————▶ = Menyatakan adanya hubungan.

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran

D. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:63), menyatakan bahwa Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.

Berdasarkan landasan teoritis dan kerangka berpikir diatas, maka hipotesis yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Ho = Tidak ada pengaruh *Enterpreneur Mindset* terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara.
Ha = Ada pengaruh *Enterpreneur Mindset* terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara.
2. Ho = Tidak ada pengaruh media sosial terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara.
Ha = Ada pengaruh media sosial terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara.
3. Ho = Tidak ada pengaruh *Enterpreneur Mindset* dan media sosial terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara.
Ha = Ada pengaruh *Enterpreneur Mindset* dan media sosial terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *assosiatif* yang bertujuan untuk mengambil data yang telah dikumpulkan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian. Menurut (Timotius, 2017) Pendekatan assosiasif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dimulai dari teori dan *memperoleh* beberapa bentuk data numerik di lapangan. Pendekatan penelitian merupakan salah satu aspek penting dalam melakukan kegiatan penelitian. Pendekatan penelitian kuantitatif disebut juga pendekatan positivistis. Menurut (Sugiono, 2013) pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, dan umumnya dilakukan secara acak. Dapat diartikan sebagai teknik pengambilan sampel, pengumpulan dan penggunaan data, alat penelitian, dan analisis data. Pendekatan kuantitatif ini digunakan dengan tujuan memperoleh informasi berdasarkan pengukuran dari peralatan yang telah divalidasi.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan studi kasus pada pelaku UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian Proposal

No	Kegiatan	Bulan																			
		November 2023				Desember 2023				Januari 2024				Februari 2024				Maret 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul			■																	
2	Penyusunan Proposal				■	■	■	■													
3	Bimbingan Proposal							■	■	■	■										
4	Seminar Proposal											■									
5	Pengumpulan Data												■	■	■	■	■				
6	Bimbingan Skripsi																	■	■	■	
7	Sidang Skripsi																			■	

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2007). Populasi dalam penelitian ini meliputi UMKM yang berada di Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara yang berjumlah 253 orang. (*Kecamatan Medan Deli Dalam Angka 2021*, 2021)

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan memilih berdasarkan kriteria yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh peneliti, maka akan dijadikan sampel adalah sebagai berikut :

Kriteria pada pemilihan sampel pada penelitian yaitu :

1. UMKM yang sudah berwirausaha kurang dari 2 tahun.
 2. UMKM yang menggunakan media sosial sebagai media pemasaran atau promosi.
- Jumlah sampel adalah berdasarkan hasil survei terkait 2 kriteria di atas. Berdasarkan data yang diperoleh, sampel yang didapat adalah 62 orang.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari seseorang, objek, organisasi, atau aktivitas yang mempunyai variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti dan dari situlah diambil kesimpulan yang diteliti (Sugiyono, 2016 : 68). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independent (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

1). Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel sering disebut sebagai variabel stimulus, variabel prediktor, atau anteseden. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat (gabungan) (Sugiyono, 2016:68). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

a). *Entrepreneur Mindset*

Entrepreneur mindset atau pola pikir kewirausahaan memungkinkan individu untuk menciptakan nilai dengan mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang, membuat keputusan dengan informasi terbatas, dan tetap mampu beradaptasi dan tangguh dalam kondisi yang tidak pasti dan kompleks (Dasmita et al., 2021).

b). Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media di internet yang memungkinkan adanya ikatan sosial bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dan berinteraksi secara virtual dengan pengguna lainnya (Nasrullah, 2015:11).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016:68). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan berwirausaha. Istilah “keputusan” diciptakan untuk menunjukkan bahwa konsultasi telah selesai dan tindakan telah diambil (Pettigrew, 2014). Kewirausahaan adalah sikap, mental, dan jiwa untuk selalu aktif, kreatif, inovatif, dan orisinal, serta mampu menjadi pionir dalam meningkatkan pendapatan dan memberikan nilai lebih kepada masyarakat melalui kegiatan berusaha. Keputusan berwirausaha adalah persepsi seseorang dalam mengambil sikap atau tindakan untuk melakukan wirausaha.

Indikator masing-masing variabel diatas dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Rate
1	<i>Entrepreneur Mindset</i> (X1)	<i>Entrepreneur mindset</i> atau pola pikir kewirausahaan memungkinkan individu untuk menciptakan nilai dengan mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang, membuat keputusan dengan	a. Proaktif b. Pengambilan Risiko c. Kreatif d. Inovatif e. Ketahanan f. Fokus pada pelanggan g. Pengelolaan waktu	1 2 3 4 5 6 7

No	Variabel	Definisi	Indikator	Rate
		informasi terbatas, dan tetap mampu beradaptasi dan tangguh dalam kondisi yang tidak pasti dan kompleks	Sumber: (Lailatul Azizah, 2019)	
2	Media Sosial (X2)	Media sosial adalah sebuah media di internet yang memungkinkan adanya ikatan sosial bagi penggunaannya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dan berinteraksi secara virtual dengan pengguna lainnya	<ul style="list-style-type: none"> a. Jangkauan publik b. Interaksi c. Komentar dan balasan d. Like dan reaksi e. Kepuasan pelanggan Sumber: (Hazizah et al., 2022)	<ul style="list-style-type: none"> 8 9 10 11 12
3	Keputusan Berwirausaha (Y)	Keputusan berwirausaha adalah persepsi seseorang dalam mengambil sikap atau tindakan untuk melakukan wirausaha.	<ul style="list-style-type: none"> a. Peluang bisnis b. Analisis risiko c. Keahlian dan keterampilan d. Kemampuan finansial e. Persaingan pasar f. Komitmen dan ketahanan g. Analisis keuntungan Sumer: (E. R. L. Sari & Pravitasari, 2022b)	<ul style="list-style-type: none"> 13 14 15 16 17 18 19

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

Kuisisioner (Angket)

Angket atau kuesioner menurut (Sugiyono, 2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Peneliti menggunakan teknik ini untuk mendapatkan data tentang pola pikir dan media sosial dalam keputusan berwirausaha.

F. Instrumen Penelitian

Penelitian kuantitatif umumnya menggunakan data dari alat ukur untuk memperoleh data yang akurat. Untuk mempermudah pengumpulan data, penelitian ini menggunakan instrument angket dengan pilihan jawaban. seperti skala likert. Skala Likert terdiri dari serangkaian pertanyaan untuk mengumpulkan data dan mengukur pengetahuan seseorang dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. Kemudian dengan menjawab pertanyaan dengan lima pilihan jawaban seperti sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju dan sangat setuju (Budiaji, 2013)

Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

G. Uji Prasyarat

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang berguna untuk mengetahui apakah data yang digunakan telah memenuhi ketentuan dalam model regresi, pengujian ini meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk memeriksa apakah model regresi terhadap variabel, terikat, dan variabel bebas mempunyai distribusi normal. Jika data jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah diagonal, atau histogram tidak menunjukkan pola sebaran normal maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data tersebar secara diagonal, mengikuti diagonal, atau histogram menunjukkan pola sebaran normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji model regresi terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Bila varians dari residual satu pengamatan kepada pengamatan lainnya tetap, dapat disebut homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Scatterplot.

c. Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas menguji korelasi antar variabel bebas (motivasi dan komitmen) pada model regresi. Uji Multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen haruslah terbebas dari gejala multikolinieritas. Berikut ini kriteria untuk uji multikolinieritas, sebagai berikut:

1) Bila nilai Tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF (Variance Inflation Factors) < 10 , disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.

2) Bila nilai Tolerance $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 , disimpulkan bahwa terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara untuk memproses suatu data menjadi informasi sehingga data tersebut menjadi mudah dipahami dan

bermanfaat untuk digunakan menemukan solusi dari permasalahan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis data asosiatif, dengan teknik analisis data sebagai berikut:

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin diukur valid atau tidaknya. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu:

- a) Apabila nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , dengan begitu item pernyataan yang ada didalam angket dikatakan berkolerasi signifikan terhadap skor keseluruhan yang diperoleh, berarti item sebuah angket dapat dinyatakan valid.
- b) Apabila nilai $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} maka dari itu item pernyataan didalam sebuah angket tidak berkolerasi signifikan terhadap skor keseluruhan yang diperoleh, berarti item sebuah angket dianggap tidak valid. (Al Hakim et al., 2021)

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas pada suatu instrumen penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak. (Rosita et al., 2021)

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen kuesioner dapat digunakan secara konsisten atau tidak. Adapun uji reliabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua menggunakan uji cronbach'c alpha. Adapun kriteria dalam uji reliabilitas yaitu ;

1. Jika nilai cronbach alpha $\geq 0,80$, maka dapat dikatakan reliabilitas sangat baik.
2. Jika nilai cronbach alpha $0,60 - 0,79$, maka dapat dikatakan reliabel (reliabilitas diterima).
3. Jika nilai cronbach alpha $\leq 0,60$, maka dapat dikatakan tidak

reliabel

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengertian regresi linier berganda menurut (Sugiyono, 2012) adalah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent, bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Dapat disimpulkan bahwa analisis regresi linier berganda berguna untuk mengukur antara pengaruh variabel bebas yang lebih dari satu, terhadap variabel terikat.

$$KB = a + b_1EM + b_2MS + e$$

Keterangan:

- KB : Keputusan Berwirausaha
 EM : Variabel *Entrepreneur Mindset*
 MS : Variabel Media Sosial
 b1 : Besarnya Pengaruh *entrepreneur mindset*
 b2 : Besarnya Pengaruh Media Sosial
 e : Faktor Pengganggu

3. Uji Parsial (t-test)

Setelah melakukan uji normalitas data, maka dilakukan pengujian statistik untuk menguji hipotesis. Jika data berdistribusi normal, maka uji statistik parametrik yang digunakan adalah t-test. Langkah-langkah uji T-Test sebagai berikut:

- 1) Menentukan level of significance ($\alpha = 5\%$) dengan derajat kebebasan (degree of freedom) $n-1$.
- 2) Menentukan t table berdasarkan derajat keyakinan sebesar 5%.
- 3) Membandingkan probabilitas (p) thitung dan $\alpha = 5\%$. Penarikan kesimpulan pada uji ini didasarkan pada:
 - a) Jika t hitung $>$ t tabel, atau nilai probabilitas pada kolom sig.(2-tailed) $<$ 0,05, maka H_a diterima.
 - b) Jika t hitung $<$ t tabel, atau nilai probabilitas pada kolom sig.(2-tailed) $>$ 0,05 maka H_a ditolak.

4. Uji Secara Simultan (Uji F test)

Uji F atau disebut juga dengan uji simultan digunakan untuk mengetahui

apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

- 1) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $\text{sig } F < 0,05$ artinya variabel independen bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $\text{sig } F > 0,05$ artinya variabel independen bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Sugiyono, 2016). Apabila R^2 sama dengan 0, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel independen. Jika R^2 sama dengan 1, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

Rumus untuk menghitung koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Sumber: (Sugiyono, 2016)

Keterangan:

D = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi Variabel Bebas dengan Variabel Terikat

100% = Presentasi Kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

1) Profil Kecamatan Medan Deli

Dengan luas ± 2.300 ha, Kecamatan Medan Deli terletak di bagian Utara Wilayah Kota Medan dan merupakan pecahan dari Kecamatan Labuhan Deli di Kabupaten Deli Serdang, yang dibentuk oleh Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 1973 tanggal 10 Mei 1973. Sebelumnya, kecamatan ini terdiri dari 5 (lima) kelurahan. (*Kecamatan Medan Deli Dalam Angka 2021*, n.d.)

Dengan pertumbuhan penduduk di Kecamatan Medan Deli, Surat Keputusan Kepala Daerah Tingkat I Sumatera Utara tanggal 19 Oktober 1987 Nomor: 140/4078/K/1987 menetapkan pemekaran beberapa kelurahan di wilayah Kota Medan, termasuk Kelurahan Medan Deli, yaitu Kelurahan Tanjung Mulia, dan Kelurahan Tanjung Mulia Hilir, sehingga Kecamatan Medan Deli menjadi 6 (enam) kelurahan. (*Kecamatan Medan Deli Dalam Angka 2021*, n.d.)

2) Visi dan Misi Kecamatan Medan Deli

a. Visi

Mewujudkan Kecamatan Medan Deli yang professional dalam pelayanan menuju masyarakat Medan Deli yang sejahtera, tertib. religius dan berbudaya serta asri.

b. Misi

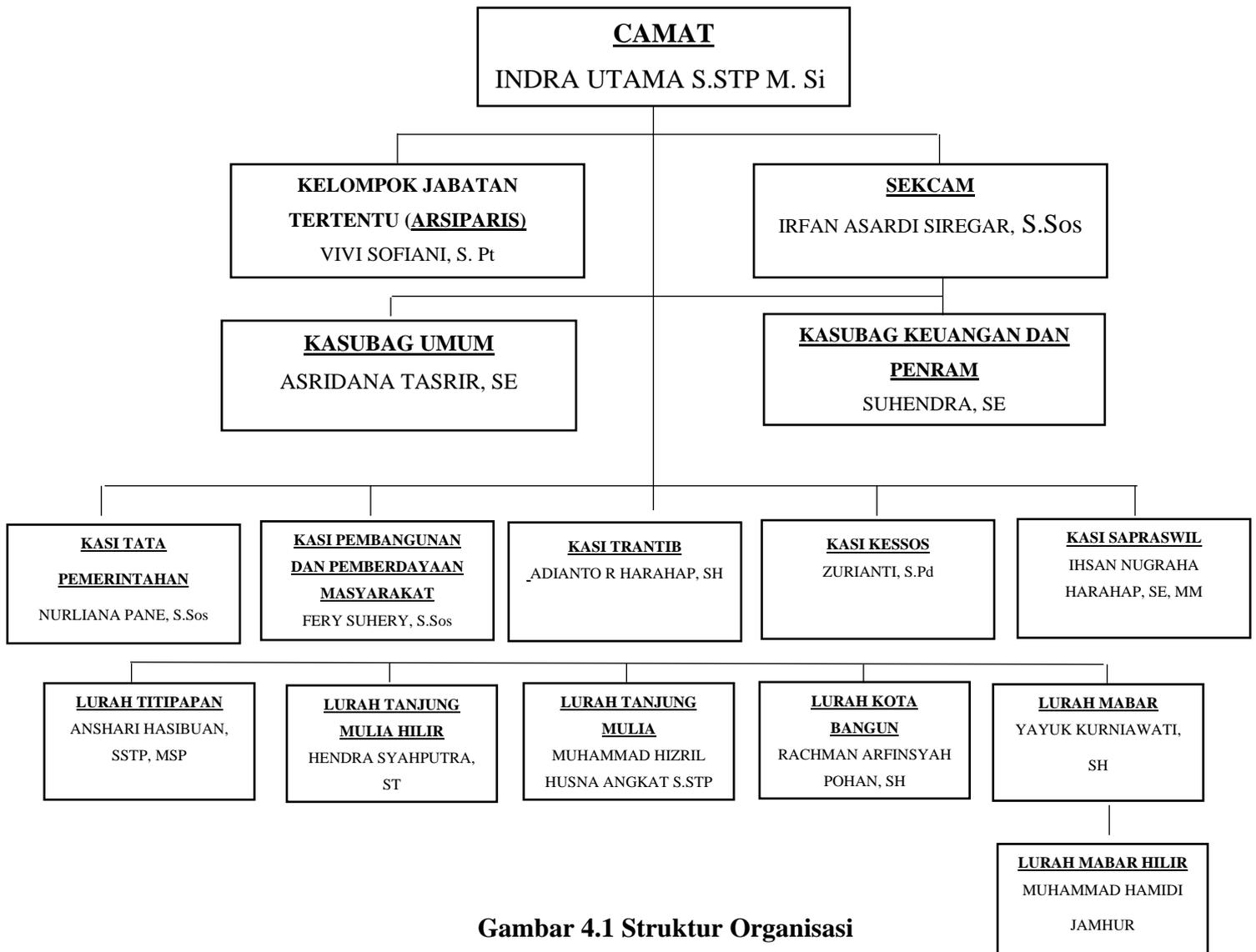
- a) Menciptakan pelayanan yang prima dengan meningkatkan sumber daya aparatur yang profesional yaitu aparatur yang memahami dan melaksanakan tugas sesuai Tupoksi, tepat waktu, berdisiplin tinggi dan memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan cepat, tepat dan memuaskan.

- b) Menciptakan iklim yang kondusif bagi terwujudnya masyarakat Medan Deli yang sejahtera yaitu dapat terpenuhinya kebutuhan lahiriah maupun batiniah, dan masyarakat mempunyai kepekaan sosial yang tinggi yang bermanfaat bagi masyarakat disekitarnya.
- c) Memperbaiki perekonomian masyarakat khususnya ekonomi lemah.

3) Tujuan Kecamatan Medan Deli

- a. Mewujudkan birokrasi kecamatan dan kelurahan yang melayani
- b. Meningkatkan ketentraman dan ketertiban umum di kecamatan
- c. Meningkatkan kinerja pelayanan kecamatan dan kelurahan
- d. Meningkatkan penyelenggaraan ketentraman dan ketertiban umum serta pemerintahan umum

Struktur Organisasi Kecamatan Medan Deli



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

2. Karakteristik Responden

Data di dalam tabel-tabel di bawah ini menunjukkan identitas responden yang terdiri dari jenis kelamin dan usia.

Tabel 4.1 Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas	Jumlah Responden	Persentase
1. Perempuan	22	35,48%
2. Laki – Laki	40	64,52%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2024)

Tabel 4.2 Data Identitas Responden Berdasarkan Usia

Identitas	Jumlah Responden	Persentase
30 – 39	11	17,74%
40 – 49	20	32,26%
50 – 59	25	40,32%
60 – 65	6	9,68%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2024)

3. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 14 pernyataan untuk variabel *Entrepreneur Mindset* (X1), 10 pernyataan untuk variabel Media Sosial (X2), 14 pernyataan untuk variabel Keputusan Berwirausaha (Y). Angket yang disebarakan diberikan kepada 62 UMKM sebagai responden sampel penelitian dengan menggunakan skala likert berbentuk tabel checklist yang terdiri dari 5 (lima) opsi pernyataan dan bobot penelitian sebagai berikut :

Tabel 4.3 Instrumen Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber (Sugiyono, 2018)

Berdasarkan ketentuan penelitian skala likert dari tabel di atas dapat

dipahami bahwa ketentuan di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel. Dengan demikian untuk setiap responden yang menjawab angket penelitian, maka skor tertinggi diberikan beban nilai 5 dan skor terendah diberikan beban nilai 1.

4. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu *Entrepreneur Mindset* (X1), Media Sosial (X2), Keputusan Berwirausaha (Y). deskripsi data setiap pernyataan menampilkan jawaban setiap responden terhadap pernyataan yang diberikan kepada responden.

a. Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Tabel 4.4 Angket Skor Untuk Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	32,26%	29	46,77%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
2	23	37,10%	19	30,65%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
3	23	37,10%	23	37,10%	13	20,97%	1	1,61%	-	-	62	100%
4	23	37,10%	11	17,74%	17	27,42%	9	14,52%	-	-	62	100%
5	21	33,87%	27	43,55%	12	19,35%	-	-	-	-	62	100%
6	24	38,71%	18	29,03%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
7	20	32,26%	25	40,32%	15	24,19%	-	-	-	-	62	100%
8	23	37,10%	18	29,03%	19	30,65%	-	-	-	-	62	100%
9	13	20,97%	36	58,06%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
10	16	25,81%	26	41,94%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
11	20	32,26%	29	46,77%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
12	23	37,10%	19	30,65%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
13	23	37,10%	23	37,10%	13	20,97%	1	1,61%	-	-	62	100%
14	23	37,10%	11	17,74%	17	27,42%	9	14,52%	-	-	62	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Pernyataan No.1 Saya terdorong berwirausaha karena melihat orang yang sukses dalam berwirausaha, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 32,26%

- 2) Pernyataan No.2 Saya ingin menciptakan lapangan usaha untuk masyarakat sekitar, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 37,10%
- 3) Pernyataan No.3 Saya berminat menjadi wirausaha karena tidak ada ketergantungan pada orang lain, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 37,10%
- 4) Pernyataan No.4 Saya berminat menjadi wirausaha karena bebas dalam melakukan pekerjaan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 37,10%
- 5) Pernyataan No.5 Saya berminat menjadi wirausaha karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan buat orang lain, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 33,87%
- 6) Pernyataan No.6 Saya tertarik berwirausaha karena banyak tantangan yang akan dihadapi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 38,71%
- 7) Pernyataan No.7 Saya tertarik berwirausaha karena banyak tantangan yang akan dihadapi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 32,26%
- 8) Pernyataan No.8 Saya memilih berwirausaha karena akan mengantarkan masa depan yang cerah, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 37,10%
- 9) Pernyataan No.9 Sekarang lebih sulit mencari pekerjaan dari pada harus membuka usaha sendiri, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 20,97%
- 10) Pernyataan No. 10 Saya ingin berkreasi dengan ide dan gagasan yang saya miliki dengan usaha sendiri, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 22,81%
- 11) Pernyataan No.11 Saya tertarik berwirausaha karena merupakan pekerjaan yang tidak menuntut gengsi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 32,26%
- 12) Pernyataan No.12 Saya ingin menciptakan lapangan usaha untuk masyarakat sekitar, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 37,10%
- 13) Pernyataan No.13 Saya tertarik berwirausaha karena memiliki hasil yang lebih besar, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 37,10%

14) Pernyataan No.14 Saya tertarik berwirausaha karena memiliki penghasilan yang lebih baik, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 37,10%

b. Variabel *Entrepreneur Mindset* (X1)

Tabel 4.5 Angket Skor Untuk Variabel *Entrepreneur Mindset* (X1)

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	25	40,32%	24	38,71%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
2	28	45,16%	14	22,58%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
3	28	45,16%	18	29,03%	13	20,97%	1	1,61%	-	-	62	100%
4	28	45,16%	6	9,68%	17	27,42%	9	14,52%	-	-	62	100%
5	26	41,94%	22	35,48%	12	19,35%	-	-	-	-	62	100%
6	29	46,77%	13	20,97%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
7	25	40,32%	20	32,26%	15	24,19%	-	-	-	-	62	100%
8	28	45,16%	13	20,97%	19	30,65%	-	-	-	-	62	100%
9	18	29,03%	31	50%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
10	21	33,87%	21	33,87%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
11	25	40,32%	24	38,71%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
12	28	45,16%	14	22,58%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
13	28	45,16%	18	29,03%	13	20,97%	1	1,61%	-	-	62	100%
14	28	45,16%	6	9,68%	17	27,42%	9	14,52%	-	-	62	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Pernyataan No.1 Menjual produk-produk yang diminati pasar, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 40,32%
- 2) Pernyataan No.2 Mengikuti organisasi untuk menambah relasi dalam berusaha, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 45,16%
- 3) Pernyataan No.3 Menjual produk tanpa melihat kebutuhan pasar, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 45,16%
- 4) Pernyataan No.4 Sering mengabaikan masukan terkait usaha saya, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 45,16%
- 5) Pernyataan No.5 Saya menyediakan produk yang sedang viral, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 41,94%

- 6) Pernyataan No.6 Mengganti hal-hal terkait produk saya untuk menarik lebih banyak pembeli, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 46,77%
- 7) Pernyataan No.7 Menerima saran dan pendapat untuk memajukan usaha, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 40,32%
- 8) Pernyataan No.8 Mengubah/memperbaiki hal-hal terkait produk saya untuk kemajuan usaha, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 45,16%
- 9) Pernyataan No.9 Mengutamakan pelanggan yang lebih banyak membeli produk saya, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 29,03%
- 10) Pernyataan No.10 Memperbaharui usaha saya dengan ide-ide baru, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 33,87%
- 11) Pernyataan No.11 Menyelesaikan masalah sesuai dengan prioritas, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 40,32%
- 12) Pernyataan No.12 Menerima saran dan pendapat untuk memajukan usaha, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 45,16%
- 13) Pernyataan No.13 Tidak berhenti mengamati kemajuan zaman dan arah usaha saya, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 45,16%
- 14) Pernyataan No.14 Memperbaharui usaha saya dengan ide-ide baru, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 45,16%

c. Variabel Media Sosial (X2)

Tabel 4.6 Angket Skor Untuk Variabel Media Sosial (X2)

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	32	51,61%	27	43,55%	1	1,61%	-	-	-	-	62	100%
2	35	56,45%	17	27,42%	8	12,90%	-	-	-	-	62	100%
3	35	56,45%	22	35,48%	3	4,84%	-	-	-	-	62	100%
4	35	56,45%	18	29,03%	7	11,29%	-	-	-	-	62	100%
5	33	53,23%	25	40,32%	2	3,23%	-	-	-	-	62	100%
6	36	58,06%	16	25,81%	8	12,90%	-	-	-	-	62	100%
7	32	51,61%	23	37,10%	5	8,06%	-	-	-	-	62	100%
8	35	56,45%	16	25,81%	9	14,52%	-	-	-	-	62	100%
9	25	40,32%	34	54,84%	1	1,61%	-	-	-	-	62	100%

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
10	28	45,16%	24	38,71%	8	12,90%	-	-	-	-	62	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Pernyataan No.1 Mempromosikan produk saya lewat media sosial untuk menarik lebih banyak pembeli, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 51,61%
- 2) Pernyataan No.2 Media Sosial sangat membantu usaha yang saya kelola dalam memasarkan produk, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 56,45%
- 3) Pernyataan No.3 Menggunakan media sosial membuat usaha saya bisa lebih luas dalam berinteraksi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 56,45%
- 4) Pernyataan No.4 Menggunakan media sosial membuat usaha saya lebih mudah dikenal oleh orang lain, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 56,45%
- 5) Pernyataan No.5 Menggunakan media sosial membuat usaha saya banyak dikomentari bagus oleh orang lain, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 53,23%
- 6) Pernyataan No.6 Dengan adanya media sosial, konsumen jadi mengetahui komentas dan balasan yang baik tentang usaha saya, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 58,06%
- 7) Pernyataan No.7 Menggunakan media sosial membuat usaha saya banyak di sukai oleh banyak pelanggan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 51,61%
- 8) Pernyataan No.8 Menggunakan media sosial membuat usaha saya lebih dikenal dari teman ke teman, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 56,45%
- 9) Pernyataan No.9 Usaha yang saya kelola mengelola akun Media Sosial karena para pesaing bisnis juga melakukan hal yang sama, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 40,32%

- 10) Pernyataan No.10 Penggunaan Media Sosial memberikan manfaat bagi usaha yang saya kelola, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 45,16%

B. Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan metode statistik yaitu korelasi. Sebuah kuisioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuisioner dinyatakan tidak valid. Dibawah ini merupakan table hasil uji validitas dari variabel *entrepreneur mindset* (X1).

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel *Entrepreneur Mindset* (X1)

Item-Total Statistics			
Item Pernyataan	Sig < 0,05	Rhitung > Rtabel	Keterangan
X1.1	0,001 < 0,05	0.783>0.254	Valid
X1.2	0,001 < 0,05	0.777>0.254	Valid
X1.3	0,001 < 0,05	0.479>0.254	Valid
X1.4	0,001 < 0,05	0.710>0.254	Valid
X1.5	0,001 < 0,05	0.827>0.254	Valid
X1.6	0,001 < 0,05	0.819>0.254	Valid
X1.7	0,001 < 0,05	0.783>0.254	Valid
X1.8	0,001 < 0,05	0.777>0.254	Valid
X1.9	0,001 < 0,05	0.783>0.254	Valid
X1.10	0,001 < 0,05	0.777>0.254	Valid
X1.11	0,001 < 0,05	0.479>0.254	Valid
X1.12	0,001 < 0,05	0.710>0.254	Valid
X1.13	0,001 < 0,05	0.827>0.254	Valid
X1.14	0,001 < 0,05	0.819>0.254	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Berdasarkan dari tabel diatas, pengolahan data variabel *entrepreneur mindset* yangnng didapatkan dari pengolahan data menggunakan SPSS 29 menunjukkan bahwa seluruh nilai rhitung lebih besar daripada rtabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan varibel *entrepreneur mindset* valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Media Sosial (X2)

Item-Total Statistics			
Item Pernyataan	Sig < 0,05	Rhitung > Rtabel	Keterangan
X2.1	0,001 < 0,05	0.868>0.254	Valid
X2.2	0,001 < 0,05	0.918>0.254	Valid
X2.3	0,001 < 0,05	0.897>0.254	Valid
X2.4	0,001 < 0,05	0.807>0.254	Valid
X2.5	0,001 < 0,05	0.878>0.254	Valid
X2.6	0,001 < 0,05	0.861>0.254	Valid
X2.7	0,001 < 0,05	0.878>0.254	Valid
X2.8	0,001 < 0,05	0.861>0.254	Valid
X2.9	0,001 < 0,05	0.869>0.254	Valid
X2.10	0,001 < 0,05	0.911>0.254	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Berdasarkan dari tabel diatas, pengolahan data variabel media sosial yang didapatkan dari pengolahan data menggunakan SPSS 29 menunjukkan bahwa seluruh nilai rhitung lebih besar daripada rtabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variabel media sosial valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Item-Total Statistics			
Item Pernyataan	Sig < 0,05	Rhitung > Rtabel	Keterangan
Y.1	0,001 < 0,05	0.687>0.254	Valid
Y.2	0,001 < 0,05	0.673>0.254	Valid
Y.3	0,001 < 0,05	0.478>0.254	Valid
Y.4	0,001 < 0,05	0.610>0.254	Valid
Y.5	0,001 < 0,05	0.676>0.254	Valid
Y.6	0,001 < 0,05	0.756>0.254	Valid
Y.7	0,001 < 0,05	0.760>0.254	Valid
Y.8	0,001 < 0,05	0.862>0.254	Valid
Y.9	0,001 < 0,05	0.881>0.254	Valid
Y.10	0,001 < 0,05	0.558>0.254	Valid
Y.11	0,001 < 0,05	0.736>0.254	Valid
Y.12	0,001 < 0,05	0.655>0.254	Valid
Y.13	0,001 < 0,05	0.888>0.254	Valid
Y.14	0,001 < 0,05	0.856>0.254	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Berdasarkan dari tabel diatas, pengolahan data variabel keputusan berwirausaha yang didapatkan dari pengolahan data menggunakan SPSS 29 menunjukkan bahwa seluruh nilai rhitung lebih besar daripada rtabel. Hal ini dapat

disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variabel keputusan berwirausaha valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan bagian dari indikator variabel. Sebuah angket dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60. Dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas variabel *entrepreneur mindset* (X1).

Tabel 4.10

Uji Reliabilitas Variabel *Entrepreneur Mindset* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	14

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Berdasarkan pada table diatas, dapat diketahui bahwa variabel *entrepreneur mindset* memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,935. Oleh karena itu nilai *Cronbach Alpha* variabel *entrepreneur mindset* pada penelitian ini lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini reliabel.

Tabel 4.11

Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.965	10

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Berdasarkan pada table diatas, dapat diketahui bahwa variabel media sosial memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,965. Oleh karena itu nilai *Cronbach Alpha* variabel media sosial pada penelitian ini lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini reliabel.

Tabel 4.12

Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	14

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2024)

Berdasarkan pada table diatas, dapat diketahui bahwa variabel keputusan berwirausaha memperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,930. Oleh karena itu nilai *Cronbach Alpha* variabel keputusan berwirausaha pada penelitian ini lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini reliabel.

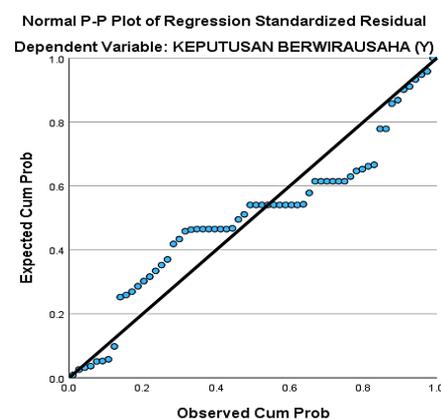
2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan model analisis yang dipakai adalah analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Adapun uji asumsi klasik sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal (Santoso, 2019). Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data tersebar secara diagonal, atau histogram menunjukkan pola sebaran normal.

Hasil pengujian normalitas dapat dilihat dari gambar *P-Plot of Regression* dibawah ini :



Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2023)

Gambar 4.1 Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan adalah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearita artinya variabel independen yang terdapat dalam model

regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (Purnomo, 2017). Nilai cutoff yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya uji multikolinearitas adalah tidak terjadi gejala multikolinearitas, jika nilai Tolerance ≥ 0.10 dan nilai VIF < 10 .

Berdasarkan hasil output SPSS, maka besar nilai VIF dan *tolerance value* dapat dilihat pada tabel 4.7. dibawah ini.

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	3.033	1.908		1.589	.117		
	ENTERPRENEUR MINDSET (X1)	.527	.044	.462	11.946	<.001	.501	1.994
	MEDIA SOSIAL (X2)	.590	.038	.595	15.377	<.001	.501	1.994

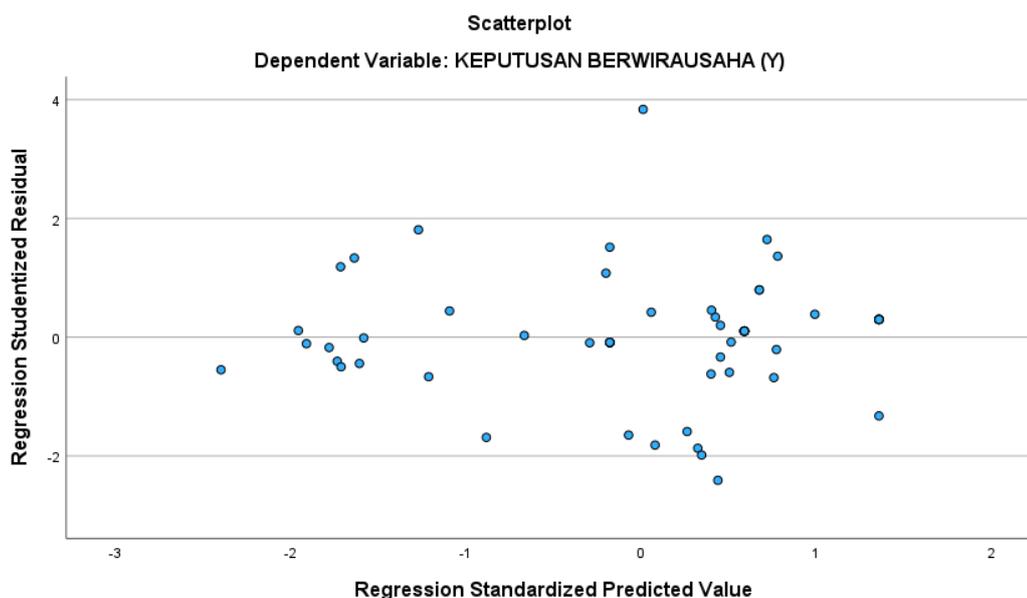
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2023)

Berdasarkan gambar 4.2 diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance ≥ 0.10 yang berarti bahwa tidak adanya korelasi diantara variabel independen. Dalam hasil perhitungan VIF juga dapat menunjukkan hal yang paling sama, dimana masing-masing variabel nilai independen dapat memiliki nilai VIF ≤ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan lainnya (Juliandi, 2015). Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil output SPSS maka diagram scatterplot dapat dilihat pada Gambar 4.2 dibawah ini.



Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2023)

Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.3 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik acak (random), baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak menunjukkan pola atau bentuk tertentu. Maka asumsi untuk uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dapat digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

$$KB = a + b_1EM + b_2MS + e$$

Keterangan : KB = Keputusan Berwirausaha

EM = Variabel *Entrepreneur Mindset*

MS = Variabel Media Sosial

b1 = Besarnya pengaruh *Entrepreneur Mindset*

b2 = Besarnya pengaruh media sosial

e = Faktor Pengganggu

Berikut adalah tabel yang merupakan hasil output SPSS.

Tabel 4.14
Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.033	1.908		1.589	.117		
	ENTERPRENEUR MINDSET (X1)	.527	.044	.462	11.946	<.001	.501	1.994
	MEDIA SOSIAL (X2)	.590	.038	.595	15.377	<.001	.501	1.994

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRSAHA (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2023)

Dari tabel diatas dapat ditentukan persamaan regresinya berdasarkan kolom B yang merupakan koefisien regresi pada tiap variabelnya. Jadi persamaan regresinya adalah sebagai berikut.

$$\mathbf{KB = a + b_1EM + b_2MS + e}$$

$$\mathbf{KB = 3,033 + 0,527X_1 + 0,590X_2 + e}$$

Berikut penjelasan mengenai hasil persamaan regresi dapat implementasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 3,033 menunjukkan bahwa bila *Entrepreneur Mindset* dan media sosial dalam keadaan tetap dimana tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol, maka keputusan berwirausaha memiliki nilai 3,033 satuan.
- 2) Nilai koefisien *Entrepreneur Mindset* sebesar 0,527 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila *Entrepreneur Mindset* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka keputusan berwirausaha meningkat sebesar 0,527 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.
- 3) Nilai koefisien media sosial sebesar 0,590 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila media sosial mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka akan keputusan berwirausaha meningkat sebesar 0,590 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Dilakukan untuk menguji apakah variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitungan dengan t tabel atau melihat nilai. (Sugiyono, 2012).

Berdasarkan hasil output SPSS 29 maka hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini :

Tabel 4.15
Uji t (Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.033	1.908		1.589	.117		
	ENTERPRENEUR MINDSET (X1)	.527	.044	.462	11.946	<.001	.501	1.994
	MEDIA SOSIAL (X2)	.590	.038	.595	15.377	<.001	.501	1.994

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRUSAHA (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2023)

Dibawah ini merupakan Langkah-langkah uji t :

b. Variabel *Entrepreneur Mindset* (X₁)

1) Rumusan hipotesis

Ho : *Entrepreneur mindset* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha

Ha : *Entrepreneur mindset* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha

2) Pengambilan Keputusan

Cara 1 : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak

Cara 2 : Jika $sig. < 0,05$ maka Ho diterima

Jika $sig. > 0,05$ maka Ho ditolak

Data hasil pengolahan data SPSS Versi 29, maka hasil uji t yang diperoleh sebagai berikut :

$$t_{hitung} = 11.949$$

$$t_{tabel} = 1.666$$

Entrepreneur Mindset adalah 11.949 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.666. Variabel *Entrepreneur Mindset* memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (11.949 > 1.666) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Maka berdasarkan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara *Entrepreneur Mindset* terhadap keputusan berwirausaha.

c. Variabel Media Sosial (X_2)

1) Rumusan hipotesis

H_0 : Media Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha

H_a : Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berwirausaha

2) Pengambilan Keputusan

Cara 1 : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2 : Jika $sig, < 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $sig, > 0,05$ maka H_0 ditolak

Data hasil pengolahan data SPSS Versi 29, maka hasil uji t yang diperoleh sebagai berikut :

$$t_{hitung} = 15.377$$

$$t_{tabel} = 1.666$$

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Media Sosial terhadap keputusan berwirausaha, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Media Sosial adalah 15.377 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.666. Variabel Media Sosial memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($15.377 > 1.666$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Maka berdasarkan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara Media Sosial terhadap keputusan berwirausaha.

b. Uji F (Simultan)

1) Bentuk Pengujiannya sebagai berikut :

a. H_0 : $r_s = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

b. H_0 : $r_s \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

2) Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah :

a. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima.

b. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil output SPSS maka hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut :

Tabel 4.16
Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4563.743	2	2281.872	636.749	<.001 ^b
	Residual	211.434	59	3.584		
	Total	4775.177	61			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRSAUSAHA (Y)

b. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL (X2), ENTERPRENEUR MINDSET (X1)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2023)

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai $F_{hitung} (636.749) > F_{tabel} (2,70)$ dengan tingkat signifikansi 0.001. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan *Entrepreneur Mindset* dan media sosial secara bersama sama terhadap keputusan berwirausaha.

4. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Menurut (Sugiyono, 2012) koefisien determinasi pada intinya mengatur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen.cara lain untuk melihat kesesuaian modeln regresi linear yaitu dengan mengukur kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas (X) dalam memprediksi nilai Y.

Berdasarkan hasil output SPSS, maka hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.10. dibawah ini.

Tabel 4.17
Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.978 ^a	.956	.954	1.893	1.777

a. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL (X2), ENTERPRENEUR MINDSET (X1)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRSAUSAHA (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2023)

Berdasarkan tabel 4.11. diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0.954 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu *Enterpreneur Mindset* dan media sosial dalam menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan berwirausaha adalah sebesar 95,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan berwirausaha dipengaruhi oleh *Enterpreneur Mindset* dan media sosial dalam menjelaskan keputusan berwirausaha sebesar 95,4%, sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 95,4\% = 4,6\%$) yang telah dipengaruhi oleh faktor lain yang belum mampu menjelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian ini.

C. Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan tentang Pengaruh *Enterpreneur Mindset* dan media sosial Terhadap keputusan berwirausaha, dengan hipotesis yang telah ditetapkan. Berikut penjelasannya mengenai masing-masing variabel.

1. Pengaruh *Enterpreneur Mindset* Terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa, di dalam *entrepreneur mindset* disebutkan bahwa membangun dan mengembangkan kewirausahaan keuntungan profesional atas pekerjaan yang dilakukan. Di dalam *entrepreneur mindset* juga disebutkan bahwa membangun dan mengembangkan kewirausahaan dapat dilakukan dengan mengembangkan kebiasaan melalui kepemimpinan, arahan, dan motivasi diri yang artinya *entrepreneur mindset* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini tidak sesuai pada penelitian yang dilakukan oleh (Lailatul Azizah, 2019) dengan judul penelitian "Pengaruh Enterprenurial Mindset dan Lingkungan Terhadap Keputusan Berwirausaha dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderisasi". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa enterprenurial mindset tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Adapun hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gilang, 2023) dengan judul "Pengaruh Enterprenurial Mindset Terhadap Minat Berwirausaha Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Berwirausaha". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa enterprenurial mindset berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dan implikasinya terhadap keputusan berwirausaha.

2. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa, pada teori bab 2 media sosial adalah sebuah media di Internet yang memungkinkan adanya ikatan sosial bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dan berinteraksi secara virtual dengan pengguna lainnya (Nasrullah, 2015: 11). Media sosial juga merupakan cara paling efektif untuk meningkatkan keterlibatan atau hubungan pelanggan dengan penjual. Penelitian yang dilakukan oleh (Riska,2022) dengan judul penelitian “Pengaruh *E-Commerce*, Sosial Media dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha” menunjukkan bahwa *E-Commerce* dan social media berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha, sedangkan sistem informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

3. Pengaruh *Entrepreneur Mindset* Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa, *entrepreneur mindset* dan media sosial menyatakan bahawa terdapat pengaruh signifikan secara bersama sama terhadap keputusan berwirausaha. Sesuai dengan teori yang ada pada bab 2 bahwa *entrepreneur mindset* dapat membantu mengembangkan kreativitas dan membangun rasa percaya diri dalam memulai suatu usaha. Begitu juga dengan media sosial sebagai media yang dapat membantu keberlangsungan suatu usaha di era digital seperti sekarang ini, dengan adanya media sosial juga dapat membantu sistem pemasaran dan promosi para wirausahawan. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati Kusumadewi Program Studi Manajemen -STIE Khez Muttaqien Purwakarta, 2020) dengan judul ”Implementasi Jiwa Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta” menunjukkan bahwa semangat kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswi perguruan tinggi di Purwakarta.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh Enterpreneur Mindset Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada Umkm Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara. Responden dalam penelitian ini berjumlah 62 UMKM, kemudian telah dianalisa maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Enterpreneur Mindset* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Variabel Enterpreneur Mindset memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel ($11.949 > 666$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Maka berdasarkan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara pasrial ada pengaruh positif dan signifikan antara Enterpreneur Mindset terhadap keputusan berwirausaha.
2. Media Sosial berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Pengaruh Media Sosial terhadap keputusan berwirausaha, maka diperoleh nilai thitung untuk variabel Media Sosial adalah 15.377 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.666. Variabel Media Sosial memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel ($15.377 > 1.666$) dengan angka signifikan $0.001 < 0,05$. Maka berdasarkan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara pasrial ada pengaruh positif dan signifikan antara Media Sosial terhadap keputusan berwirausaha.
3. *Enterpreneur Mindset* dann Media Sosial berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berwirausaha. Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai Fhitung (636.749) > Ftabel (2,70) dengan tingkat signifikasi 0.001. Karena profibabilitas signifikan jauh lebih kecil dar 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan Enterpreneur Mindset dan media sosial secara bersama sama terhadap keputusan berwirausaha.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Diharapkan agar para pemilik UMKM untuk lebih memperhatikan *Entrepreneur Mindset*.
2. Diharapkan agar para pemilik UMKM untuk lebih memperhatikan Media Sosial usahanya.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu :

1. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman pada setiap responden, juga faktor lain seperti kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.
2. Jumlah variabel yang diteliti hanya terdiri dari 3 (empat) variabel yaitu, Keputusan berwirausaha, *Entrepreneur Mindset* dan Media Sosial. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 62 responden dari UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGKET MOTIVASI BERPRESTASI. FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan), 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. In *Jurnal Ilman* (Vol. 5, Issue 2). <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- Budiaji, Weksi. "Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert." *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan* 2.2 (2013): 127-133.
- City, In Dumai. "Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai." *E-Jurnal Akuntansi* 32.2 (2022): 750-761.
- Daspit, Joshua J., et al. "Family firm heterogeneity: A definition, common themes, scholarly progress, and directions forward." *Family Business Review* 34.3 (2021): 296-322.
- Doye, Nakuleu Christopher, and M. Bwisa. "The relationship between entrepreneurial behavior and performance of camel rearing enterprises in Turkana County, Kenya." *International Journal of Technology Enhancements and Emerging Engineering Research* 3.09 (2015): 149-157.
- Fitriani, F. S., Harahap, R. D., & Nurlaila, N. (2023). Perkembangan UMKM Di Indonesia : Peran Pemahaman Akuntansi, Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner*, 7(3), 2518–2527. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1427>
- Hazizah, Siti Nur, and Muhammad Irwan Padli Nasution. "Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 5.4 (2022).
- I Ketut Diana.(2015). Pengaruh Toleransi Akan Resiko Dan Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Minat Berwirausaha Di Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Juliandi, Azuar. "Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) Dengan SmartPLS." *Modul Pelatihan* (2018): 1-4.

- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Kecamatan Medan Deli Dalam Angka 2021. (n.d.).
- Kirkley, W. W. (2016). Entrepreneurial behaviour: the role of values. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(3), 290-328.
- Mahesa, Aditya Dion, and Edy Rahardja. "Analisis faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi minat berwirausaha." *Diponegoro Journal of management* 1.4 (2012): 130-137.
- Mahesa, Aditya Dion, and Edy Rahardja. "Analisis faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi minat berwirausaha." *Diponegoro Journal of management* 1.4 (2012): 130-137.
- Mulyandi, M. R., & Puspitasari, V. A. (2018, September). *Industri kreatif, media sosial, Dan minat berwirausaha: Sinergi menuju pembangunan berkelanjutan*. In *National Conference of Creative Industry*.
- Mumtaz, M. Z., Aslam, M., Nasrullah, H. M., Akhtar, M., & Ali, B. (2015). Effect of various sowing dates on growth, yield and yield components of different wheat genotypes. *American-Eurasian Journal of Agricultural and Environmental Science*, 15(11), 2230-2234.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan*
- Nurhayati, Ade. "Implementasi jiwa wirausaha dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswi Purwakarta." *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7.2 (2020): 87-94.
- Pettigrew, A. M. (2014). *The politics of organizational decision-making*. Routledge.
- Purwaningsih, Nining. "Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan Adversity Quotient Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Tangerang." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* 10.2 (2019): 133-148.
- Rasyidin, R., Marli, S., & Sugiyono, S. (2016). *Pengaruh Model Course Review Horay Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Pembelajaran IPS Di Kelas IV* (Doctoral dissertation, Tanjungpura University).
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER PERILAKU PROSOSIAL. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>

Silalahi, S. R. (2022). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kuliner Berbasis Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 510–519. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i2.13785>

Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Suaidy, Helmi, and Ramli Lewenussa. "Pengaruh pola pikir (Mindset) kewirausahaan terhadap motivasi dan keterampilan wirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sorong." *Jurnal Sentralisasi* 8.1 (2019): 1-17.

Sugiyono, Dr. "Memahami penelitian kualitatif." (2010).

Sugiyono, Sugiyono. "Statistika untuk penelitian." (2007).

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Kombinasi)*. Bandung: ALFABETA

Supriyanto, Supriyanto. "Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebagai salah satu upaya penanggulangan kemiskinan." *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 3.1 (2006): 17247.

Timotius, Kris H. *Pengantar metodologi penelitian: pendekatan manajemen pengetahuan untuk perkembangan pengetahuan*. Penerbit Andi, 2017.

Tresnawati, Yuni, and Kurniawan Prasetyo. "Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro kecil dan menengah bisnis kuliner." *Journal of New Media and Communication* 1.1 (2022): 43-57.

Wijaya, Wilson Rendy, and Sarwo Edy Handoyo. "Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 5.3 (2023): 797-804.

Yeni, Riska Irmadha. "PENGARUH E-COMMERCE, SOCIAL MEDIA DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA:(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau)." *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Teknologi Informasi Akuntansi* (2022): 664-675.

LAMPIRAN

Lampiran 1**KUISIONER SAMPEL****PENGARUH ENTERPRENEUR MINDSET DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA PADA UMKM
KECAMATAN MEDAN DELI SUMATERA UTARA**

Kepada Yth. Bapak/Ibu

**PEMILIK UMKM KECAMATAN MEDAN DELI SUMATERA UTARA
Di Tempat**

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan Hormat

Izinkan perkenalkan nama saya Ayu Romadhona (2001280005) Mahasiswa Program Studi

Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Bersama ini saya memohon kesediannya untuk mengisi daftar kuisisioner yang diberikan.

Informasi yang diberikan sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dengan ini saya memohon untuk kesediaan Bapak/Ibu dalam membantu saya mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini bertujuan untuk kepentingan ilmiah, oleh karena itu jawaban atau pendapat yang Bapak/Ibu berikan sangat bermanfaat bagi pengembang ilmu. Saya menyadari permohonan ini sedikit mengganggu kegiatan Bapak/Ibu dalam kuisisioner ini tidak ada hubungannya dengan status atau kedudukan dalam instansi, maka jawaban yang benar adalah jawaban yang menggambarkan keadaan Bapak/Ibu. Saya mengucapkan banyak

terima kasih atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu untuk mengisi kuisisioner ini dalam waktu singkat.

Hormat Saya

Ayu Romadhona

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Sudah berapa lama menjalankan UMKM :

<2 Tahun

>5 Tahun

2 Tahun – 5 Tahun

Menjalankan UMKM menggunakan media sosial sebagai media pemasaran atau promosi.

Iya

Tidak

Media Sosial yang digunakan sebagai media pemasaran atau promosi.

Instagram

Facebook

Whatsapp

KUISIONER PENELITIAN
PENGARUH ENTERPRENEUR MINDSET DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA PADA UMKM
KECAMATAN MEDAN DELI SUMATERA UTARA

Kepada Yth. Bapak/Ibu
PEMILIK UMKM KECAMATAN MEDAN DELI
Di Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan Hormat

Izinkan perkenalkan nama saya Ayu Romadhona Mahasiswa Fakultas Agama Islam Prodi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Bersama ini saya memohon kesediannya untuk mengisi daftar kuisisioner yang diberikan. Informasi yang diberikan sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada Fakultas Agama Islam Prodi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan ini saya memohon untuk kesediaan Bapak/Ibu dalam membantu saya mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini bertujuan untuk kepentingan ilmiah, oleh karena itu jawaban atau pendapat yang Bapak/Ibu berikan sangat bermanfaat bagi pengembang ilmu. Saya menyadari permohonan ini sedikit mengganggu kegiatan Bapak/Ibu dalam kuisisioner ini tidak ada hubungannya dengan status atau kedudukan dalam instansi, maka jawaban yang benar adalah jawaban yang menggambarkan keadaan Bapak/Ibu. Saya mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu untuk mengisi kuisisioner ini dalam waktu singkat.

Hormat Saya

Ayu Romadhona

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Beri tanda centang (✓) pada salah satu kolom yang anda pilih dari setiap pernyataan yang tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju**S** : Setuju**KS** : Kurang Setuju**TS** : Tidak Setuju**STS** : Sangat Tidak Setuju

Keputusan Berwirausaha (Y)						
No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Peluang Bisnis						
1.	Saya terdorong berwirausaha karena melihat orang yang sukses dalam berwirausaha					
2.	Saya ingin menciptakan lapangan usaha untuk masyarakat sekitar.					
Analisis Risiko						
3.	Saya berminat menjadi wirausaha karena tidak ada ketergantungan pada orang lain					
4.	Saya berminat menjadi wirausaha karena bebas dalam melakukan pekerjaan					
Keahlian Dan Keterampilan						
5.	Saya berminat menjadi wirausaha karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan buat orang lain					
6.	Saya tertarik berwirausaha karena banyak tantangan yang akan dihadapi					

Kemampuan Finansial						
7.	Saya tertarik berwirausaha karena banyak tantangan yang akan dihadapi					
8.	Saya memilih berwirausaha karena akan mengantarkan masa depan yang cerah					
Persaingan Pasar						
9.	Sekarang lebih sulit mencari pekerjaan dari pada harus membuka usaha sendiri					
10.	Saya ingin berkreasi dengan ide dan gagasan yang saya miliki dengan usaha sendiri					
Komitmen Dan Ketahanan						
11.	Saya tertarik berwirausaha karena merupakan pekerjaan yang tidak menuntut gengsi					
12.	Saya ingin menciptakan lapangan usaha untuk masyarakat sekitar.					
Analisis Keuntungan						
13.	Saya tertarik berwirausaha karena memiliki hasil yang lebih besar.					
14.	Saya tertarik berwirausaha karena memiliki penghasilan yang lebih baik.					

<i>Entrepreneur Mindset (X1)</i>						
No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Proaktif						
1.	Menjual produk-produk yang diminati pasar.					
2.	Mengikuti organisasi untuk menambah relasi dalam berusaha.					
Pengambilan Risiko						
3.	Menjual produk tanpa melihat kebutuhan pasar					

4.	Sering mengabaikan masukan terkait usaha saya					
Kreatif						
5.	Saya menyediakan produk yang sedang viral.					
6.	Mengganti hal-hal terkait produk saya untuk menarik lebih banyak pembeli.					
Inovatif						
7.	Menerima saran dan pendapat untuk memajukan usaha					
8.	Mengubah/memperbaiki hal-hal terkait produk saya untuk kemajuan usaha.					
Ketahanan						
9.	Mengutamakan pelanggan yang lebih banyak membeli produk saya					
10.	Memperbaharui usaha saya dengan ide-ide baru.					
Fokus Pada Pelanggan						
11.	Menyelesaikan masalah sesuai dengan prioritas.					
12.	Menerima saran dan pendapat untuk memajukan usaha.					
Pengelolaan Waktu						
13.	Tidak berhenti mengamati kemajuan zaman dan arah usaha saya					
14.	Memperbaharui usaha saya dengan ide-ide baru					

Media Sosial (X2)						
No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Jangkauan publik						
1.	Mempromosikan produk saya lewat media sosial untuk menarik lebih banyak pembeli.					
2.	Media Sosial sangat membantu usaha yang saya kelola dalam memasarkan produk					
Interaksi						
3.	Menggunakan media sosial membuat usaha saya bisa lebih luas dalam berinteraksi.					
4.	Menggunakan media sosial membuat usaha saya lebih mudah dikenal oleh orang lain.					
Komentar Dan Balasan						
5.	Menggunakan media sosial membuat usaha saya banyak dikomentari bagus oleh orang lain.					
6.	Dengan adanya media sosial, konsumen jadi mengetahui komentas dan balasan yang baik tentang usaha saya.					
Like Dan Reaksi						
7.	Menggunakan media sosial membuat usaha saya banyak di sukai oleh banyak pelanggan.					
8.	Menggunakan media sosial membuat usaha					

	saya lebih dikenal dari teman ke teman.					
Kepuasan Pelanggan						
9.	Usaha yang saya kelola mengelola akun Media Sosial karena para pesaing bisnis juga melakukan hal yang sama					
10.	Penggunaan Media Sosial memberikan manfaat bagi usaha yang saya kelola					

Lampiran 2

Tabulasi *Entrepreneur Mindset* (X1)

Responder	Entrepreneur Mindset														TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	
1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	58
2	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	64
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	46
4	3	3	5	2	4	4	3	3	3	3	5	2	4	4	48
5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	56
6	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	3	54
7	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	50
8	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	52
9	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	51
10	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	47
11	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	51
12	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	3	59
13	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	50
14	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	4	4	2	2	42
15	5	3	4	4	5	4	5	3	5	3	4	4	5	4	58
16	4	2	5	4	3	3	4	2	4	2	5	4	3	3	48
17	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	59
18	5	3	4	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	5	62
19	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	61
20	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	63
21	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	68
22	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	65
23	5	4	4	5	3	1	5	4	5	4	4	5	3	1	53
24	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	66
25	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	67
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
28	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	63
29	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	63
30	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	64
31	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	64
32	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	63
33	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	63
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
36	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	63
37	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	63
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
44	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	61
45	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	63
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
51	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	63
52	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	63
53	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	65
54	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	63
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
59	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	60
60	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	3	3	2	2	41
61	4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	3	4	61
62	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	59

Tabulasi Media Sosial (X2)

Responden	Media Sosial										TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	41
2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	3	28
4	2	3	4	2	4	4	4	4	2	3	32
5	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	24
6	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	19
7	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	24
8	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	23
9	2	1	2	2	3	3	3	3	2	1	22
10	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	22
11	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	21
12	1	3	2	3	4	3	4	3	1	3	27
13	1	2	2	2	2	3	2	3	1	2	20
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
15	5	4	3	3	4	5	4	5	5	4	42
16	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	40
17	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	37
18	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	42
19	4	3	4	5	5	3	5	3	4	3	39
20	3	4	5	4	5	5	5	5	3	4	43
21	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	43
22	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	46
23	4	3	4	3	5	5	5	5	4	3	41
24	3	5	4	5	5	5	5	5	3	5	45
25	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	39
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
29	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
30	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
33	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
37	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	42
45	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
52	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
53	4	3	4	3	5	5	5	5	4	3	41
54	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	36
59	5	4	3	3	3	4	3	4	5	4	38
60	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	40
61	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	44
62	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	45

Lampiran 3**Karakteristik Responden****Jenis Kelamin**

Identitas	Jumlah Responden	Persentase
1. Perempuan	22	35,48%
2. Laki – Laki	40	64,52%

Usia

Identitas	Jumlah Responden	Persentase
30 – 39	11	17,74%
40 – 49	20	32,26%
50 – 59	25	40,32%
60 – 65	6	9,68%

Lampiran 4

Hasil Analisis Data**Keputusan Berwirausaha (Y)**

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	32,26%	29	46,77%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
2	23	37,10%	19	30,65%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
3	23	37,10%	23	37,10%	13	20,97%	1	1,61%	-	-	62	100%
4	23	37,10%	11	17,74%	17	27,42%	9	14,52%	-	-	62	100%
5	21	33,87%	27	43,55%	12	19,35%	-	-	-	-	62	100%
6	24	38,71%	18	29,03%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
7	20	32,26%	25	40,32%	15	24,19%	-	-	-	-	62	100%
8	23	37,10%	18	29,03%	19	30,65%	-	-	-	-	62	100%
9	13	20,97%	36	58,06%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
10	16	25,81%	26	41,94%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
11	20	32,26%	29	46,77%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
12	23	37,10%	19	30,65%	18	29,03%	-	-	-	-	62	100%
13	23	37,10%	23	37,10%	13	20,97%	1	1,61%	-	-	62	100%
14	23	37,10%	11	17,74%	17	27,42%	9	14,52%	-	-	62	100%

Hasil Analisis Data

Entrepreneur Mindset (X1)

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	25	40,32%	31	50%	4	6,45%	-	-	-	-	62	100%
2	28	45,16%	21	33,87%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
3	28	45,16%	25	40,32%	6	9,68%	1	1,61%	-	-	62	100%
4	28	45,16%	13	20,97%	10	16,13%	9	14,52%	-	-	62	100%
5	26	41,94%	29	46,77%	5	8,06%	-	-	-	-	62	100%
6	29	46,77%	20	32,26%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
7	25	40,32%	27	43,55%	8	12,90%	-	-	-	-	62	100%
8	28	45,16%	20	32,26%	12	19,35%	-	-	-	-	62	100%
9	18	29,03%	38	61,29%	4	6,45%	-	-	-	-	62	100%
10	21	33,87%	28	45,16%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
11	25	40,32%	31	50%	4	6,45%	-	-	-	-	62	100%
12	28	45,16%	21	33,87%	11	17,74%	-	-	-	-	62	100%
13	28	45,16%	25	40,32%	6	9,68%	1	1,61%	-	-	62	100%
14	28	45,16%	13	20,97%	10	16,13%	9	14,52%	-	-	62	100%

Hasil Analisis Data**Media Sosial (X2)**

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	32	51,61%	27	43,55%	1	1,61%	-	-	-	-	62	100%
2	35	56,45%	17	27,42%	8	12,90%	-	-	-	-	62	100%
3	35	56,45%	22	35,48%	3	4,84%	-	-	-	-	62	100%
4	35	56,45%	18	29,03%	7	11,29%	-	-	-	-	62	100%
5	33	53,23%	25	40,32%	2	3,23%	-	-	-	-	62	100%
6	36	58,06%	16	25,81%	8	12,90%	-	-	-	-	62	100%
7	32	51,61%	23	37,10%	5	8,06%	-	-	-	-	62	100%
8	35	56,45%	16	25,81%	9	14,52%	-	-	-	-	62	100%
9	25	40,32%	34	54,84%	1	1,61%	-	-	-	-	62	100%
10	28	45,16%	24	38,71%	8	12,90%	-	-	-	-	62	100%

Lampiran 5

Uji Kualitas Data

Uji Validitas *Entrepreneur Mindset* (X1)

		Correlations														TOTAL
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	
X1.1	Pearson Correlation	1	.444**	.264*	.506**	.738**	.503**	1.000**	.444**	1.000**	.444**	.264*	.506**	.738**	.503**	.783**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.038	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.038	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.2	Pearson Correlation	.444**	1	.211	.556**	.463**	.600**	.444**	1.000**	.444**	1.000**	.211	.556**	.463**	.600**	.777**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.100	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.100	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.3	Pearson Correlation	.264*	.211	1	.245	.312*	.212	.264*	.211	.264*	.211	1.000**	.245	.312*	.212	.479**
	Sig. (2-tailed)	.038	.100		.055	.014	.098	.038	.100	.038	.100	<.001	.055	.014	.098	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.4	Pearson Correlation	.506**	.556**	.245	1	.388**	.524*	.506**	.556**	.506**	.556**	.245	1.000**	.388**	.524*	.710**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.055		.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.055	<.001	.002	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.5	Pearson Correlation	.738**	.463**	.312*	.388**	1	.738**	.738**	.463**	.738**	.463**	.312*	.388**	1.000**	.738**	.827**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.014	.002		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.014	.002	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.6	Pearson Correlation	.503**	.600**	.212	.524**	.738**	1	.503**	.600**	.503**	.600**	.212	.524**	.738**	1.000**	.819**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.098	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.098	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.7	Pearson Correlation	1.000**	.444**	.264*	.506**	.738**	.503**	1	.444**	1.000**	.444**	.264*	.506**	.738**	.503**	.783**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.038	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.038	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.8	Pearson Correlation	.444**	1.000**	.211	.556**	.463**	.600**	.444**	1	.444**	1.000**	.211	.556**	.463**	.600**	.777**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.100	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.100	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.9	Pearson Correlation	1.000**	.444**	.264*	.506**	.738**	.503**	1.000**	.444**	1	.444**	.264*	.506**	.738**	.503**	.783**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.038	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	.038	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.10	Pearson Correlation	.444**	1.000**	.211	.556**	.463**	.600**	.444**	1.000**	.444**	1.000**	.211	.556**	.463**	.600**	.777**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.100	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.100	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.11	Pearson Correlation	.264*	.211	1.000**	.245	.312*	.212	.264*	.211	.264*	.211	1	.245	.312*	.212	.479**
	Sig. (2-tailed)	.038	.100	<.001	.055	.014	.098	.038	.100	.038	.100		.055	.014	.098	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.12	Pearson Correlation	.506**	.556**	.245	1.000**	.388**	.524*	.506**	.556**	.506**	.556**	.245	1	.388**	.524*	.710**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.055	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.055	<.001	.002	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.13	Pearson Correlation	.738**	.463**	.312*	.388**	1.000**	.738**	.738**	.463**	.738**	.463**	.312*	.388**	1	.738**	.827**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.014	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.014	.002		<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X1.14	Pearson Correlation	.503**	.600**	.212	.524**	.738**	1.000**	.503**	.600**	.503**	.600**	.212	.524**	.738**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.098	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.098	<.001	<.001		<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
TOTAL	Pearson Correlation	.783**	.777**	.479**	.710**	.827**	.819**	.783**	.777**	.783**	.777**	.479**	.710**	.827**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Media Sosial (X2)

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.746**	.768**	.582**	.688**	.663**	.688**	.663**	.976**	.727**	.868**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X2.2	Pearson Correlation	.746**	1	.744**	.827**	.716**	.771**	.716**	.771**	.747**	.992**	.918**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X2.3	Pearson Correlation	.768**	.744**	1	.728**	.826**	.718**	.826**	.718**	.767**	.737**	.897**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X2.4	Pearson Correlation	.582**	.827**	.728**	1	.659**	.604**	.659**	.604**	.583**	.821**	.807**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X2.5	Pearson Correlation	.688**	.716**	.826**	.659**	1	.721**	1.000**	.721**	.682**	.707**	.878**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X2.6	Pearson Correlation	.663**	.771**	.718**	.604**	.721**	1	.721**	1.000**	.657**	.762**	.861**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X2.7	Pearson Correlation	.688**	.716**	.826**	.659**	1.000**	.721**	1	.721**	.682**	.707**	.878**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X2.8	Pearson Correlation	.663**	.771**	.718**	.604**	.721**	1.000**	.721**	1	.657**	.762**	.861**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X2.9	Pearson Correlation	.976**	.747**	.767**	.583**	.682**	.657**	.682**	.657**	1	.755**	.869**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X2.10	Pearson Correlation	.727**	.992**	.737**	.821**	.707**	.762**	.707**	.762**	.755**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
TOTAL	Pearson Correlation	.868**	.918**	.897**	.807**	.878**	.861**	.878**	.861**	.869**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Keputusan Berwirausha (Y)

		Correlations														
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.458**	.251*	.476**	.713**	.516**	.362**	.507**	.451**	.626**	.410**	.523**	.441**	.583**	.687**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.049	<.001	<.001	<.001	.004	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.2	Pearson Correlation	.458**	1	.211	.538**	.452**	.611**	.420**	.416**	.591**	.273*	.511**	.301*	.600**	.487**	.673**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.099	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.032	<.001	.017	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.3	Pearson Correlation	.251*	.211	1	.270*	.357**	.237	.302*	.447**	.272*	.313*	.208	.419**	.298*	.376**	.478**
	Sig. (2-tailed)	.049	.099		.034	.004	.063	.017	<.001	.032	.013	.105	<.001	.019	.003	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.4	Pearson Correlation	.476**	.538**	.270*	1	.316*	.511**	.405**	.363**	.489**	.195	.468**	.330**	.501**	.463**	.810**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.034		.012	<.001	.001	.004	<.001	.130	<.001	.009	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.5	Pearson Correlation	.713**	.452**	.357**	.316*	1	.745**	.268*	.532**	.518**	.389**	.229	.368**	.509**	.556**	.676**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.004	.012		<.001	.035	<.001	<.001	.002	.074	.003	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.6	Pearson Correlation	.516**	.611**	.237	.511**	.745**	1	.439**	.554**	.681**	.193	.450**	.297*	.690**	.615**	.756**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.063	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.132	<.001	.019	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.7	Pearson Correlation	.362**	.420**	.302*	.405**	.268*	.439**	1	.719**	.724**	.385**	.656**	.420**	.741**	.559**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	.017	.001	.035	<.001		<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.8	Pearson Correlation	.507**	.416**	.447**	.363**	.532**	.554**	.719**	1	.744**	.492**	.614**	.568**	.748**	.830**	.862**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.004	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.9	Pearson Correlation	.451**	.591**	.272*	.489**	.518**	.681**	.724**	.744**	1	.275*	.628**	.477**	.993**	.744**	.881**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.032	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		.031	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.10	Pearson Correlation	.626**	.273*	.313*	.195	.389**	.193	.385**	.492**	.275*	1	.556**	.638**	.284*	.475**	.558**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.032	.013	.130	.002	.132	.002	<.001	.031		<.001	<.001	.025	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.11	Pearson Correlation	.410**	.511**	.208	.468**	.229	.450**	.656**	.614**	.628**	.556**	1	.538**	.638**	.602**	.736**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.105	<.001	.074	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.12	Pearson Correlation	.523**	.301*	.419*	.330**	.368**	.297*	.420**	.568**	.477**	.638**	.538**	1	.486**	.534**	.655**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.017	<.001	.009	.003	.019	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.13	Pearson Correlation	.441**	.600**	.298*	.501**	.509**	.690**	.741**	.748**	.993**	.284*	.638**	.486**	1	.733**	.888**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.019	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.025	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y.14	Pearson Correlation	.583**	.487**	.376**	.463**	.556**	.615**	.559**	.930**	.744**	.475**	.602**	.534**	.733**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.003	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
TOTAL	Pearson Correlation	.687**	.673**	.478**	.610**	.676**	.756**	.760**	.862**	.881**	.558**	.736**	.655**	.888**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas *Entrepreneur Mindset* (X1)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	14

Uji Reliabilitas Media Sosial (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	10

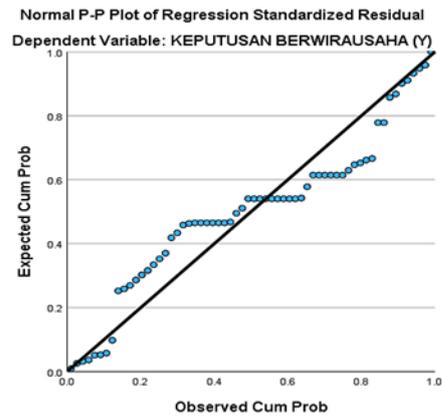
Uji Reliabilitas Keputusan Berwirausaha (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	14

Lampiran 6

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



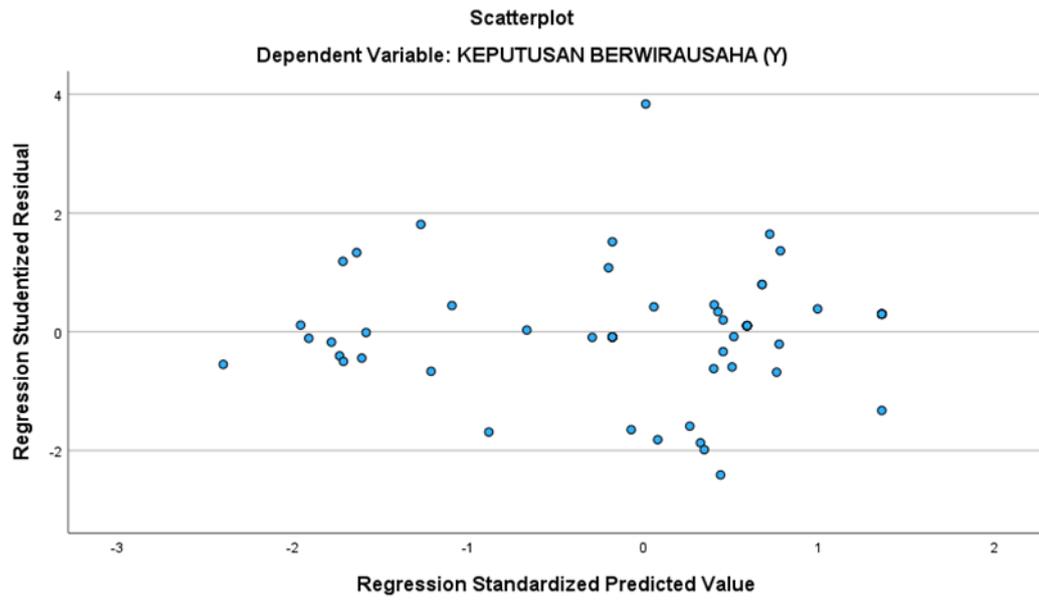
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.033	1.908		1.589	.117		
	ENTERPRENEUR MINDSET (X1)	.527	.044	.462	11.946	<.001	.501	1.994
	MEDIA SOSIAL (X2)	.590	.038	.595	15.377	<.001	.501	1.994

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRSAHA (Y)

Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 7

Analisis Linier Berganda**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.033	1.908		1.589	.117		
	ENTERPRENEUR MINDSET (X1)	.527	.044	.462	11.946	<.001	.501	1.994
	MEDIA SOSIAL (X2)	.590	.038	.595	15.377	<.001	.501	1.994

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRSAHA (Y)

Lampiran 8

Uji Hipotesis

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 - 80)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41							
42	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
44	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
45	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
46	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
47	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
48	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
49	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
50	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
51	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
52	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
53	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
54	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
55	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
56	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
57	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
58	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
59	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
60	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
61	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.033	1.908		1.589	.117		
	ENTERPRENEUR MINDSET (X1)	.527	.044	.462	11.946	<.001	.501	1.994
	MEDIA SOSIAL (X2)	.590	.038	.595	15.377	<.001	.501	1.994

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRSAHA (Y)

Uji f Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4563.743	2	2281.872	636.749	<.001 ^b
	Residual	211.434	59	3.584		
	Total	4775.177	61			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRSAHA (Y)

b. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL (X2), ENTERPRENEUR MINDSET (X1)

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.978 ^a	.956	.954	1.893	1.777

a. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL (X2), ENTERPRENEUR MINDSET (X1)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRSAHA (Y)



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 88/PAN-PT/AAK/PT/11/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mubtahir Basri No 3 Medan 20138 Telp (061) 6623400 Fax. (061) 6623474, 6631003
 http://fai.umstu.ac.id | fai@umstu.ac.id | unsumedan | unsumedan | unsumedan | unsumedan



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada Yth :
 Dekan FAI UMSU

02 Jumadil Awal 1444 H
 15 November 2023 M

Di -
 Tempat

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ayu Romadhona
 NPM : 2001280005
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Kredit Kumalatif : 3,72



Mengajukan Judul sebagai berikut:

No	Pilihan Judul	Pilihan Tugas Akhir		Persetujuan Prodi	Usulan Pembimbing	Persetujuan Dekan
		Skripsi	Jurnal			
1	Pengaruh Entrepreneur Mindset dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli Sumatera Utara	✓	-	25-11-2023		-
2	Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorse, dan Brand Trust Dalam Keputusan Pembelian Produk Azarine (Studi Kasus Followers Instagram Azarine Cosmetic)	-	-	-	-	-
3	Persepsi Konsumen Terhadap Kemudahan Penggunaan Shopee Paylater Dalam Proses Pembayaran di Aplikasi Shopee	-	-	-	-	-

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

HP: Mahasiswa fb sudah mendownload & mencetak
 buku panduan skripsi FAI UMSU

Wassalam
 Hormat Saya


 Ayu Romadhona

Keterangan:

Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :

1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU

2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi

3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Program Studi yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Program Studi pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menyalin surat ini agar ditunjukkan
 Nomor dan tanggalnya

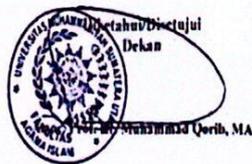
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)
 Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd.,M.Si
 Dosen Pembimbing : Dr. Sugianto
 Nama Mahasiswa : Ayu Romadhona
 Npm : 2001280005
 Semester : 7 (Tujuh)
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Entrepreneur Mindset dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
18/12-2023	- latar belakang, font harus rata tengah, landasan teoritis, perkembangan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis.	f	
22/12-2023	- perbaikan latar belakang	f	
28/12-2023	- perbaikan sampel, tabel distribusi operasional variabel, spsi.	f	
11/1-2024	- AAc proposal	f	

Medan, 2020



Diketahui/ Disetujui
 Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd.,M.Si

Pembimbing Proposal

(Dr. Sugiono, MA)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [fai@umsu.ac.id](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** yang diselenggarakan pada Hari **Jumat 19 Januari 2024 M** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ayu Romadhona
Npm : 2001280005
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Entrepreneur Mindset dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan 19 Januari 2024

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si)

Pembimbing

(Dr. Sugiono, MA)

Pembahas

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I



Assos. Prof. Dr. Zailani, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila manjwab surst ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [f](#) [umsumedan](#) [@](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari Jumat 19 Januari 2024 M telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ayu Romadhona
Npm : 2001280005
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Entrepreneur Mindset dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli

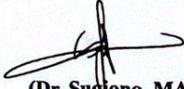
Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	Bundarkan bahasa baku/ilmiah sesuai EYD Bahasa Indonesia Perbaiki latar belakang masalah.
Bab II	
Bab III	- tuliskan jumlah sampel penelitian
Lainnya	- Perbaiki Daftar pustaka.
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 19 Januari 2024

Ketua

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Pembimbing

(Dr. Sugiono, MA)

Tim Seminar
Sekretaris

(Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si)

Pembahas

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjeleh surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fal.umsu.ac.id> fal@umsu.ac.id [f umsumedan](#) [u umsumedan](#) [u umsumedan](#) [u umsumedan](#)

Nomor : 81/II.3/UMSU-01/F/2023
Lamp : -
Hal : Izin Riset

24 Rajab 1445 H
05 Februari 2024 M

Kepada Yth :
Kecamatan Medan Deli
di-

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

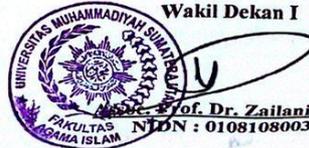
Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Ayu Romadhona
NPM : 2001280005
Semester : VII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Entrepreneur Mindset dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM Kecamatan Medan Deli

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan,
Wakil Dekan I



Prof. Dr. Zailani, MA
NIDN : 0108108003

CC. File





PEMERINTAH KOTA MEDAN
KECAMATAN MEDAN DELI

Jalan Rumah Potong Hewan No. 21, Medan Deli, Medan, Sumatera Utara 20245
 Telepon (061) 6851290,
 Laman medandelipemkomedan.go.id, Pos-el medandelipemkomedan.go.id

Medan, 05 Maret 2024

Nomor : 000.9.2/0212
 Sifat : -
 Lampiran : -
 Perihal : Rekomendasi Izin Riset

Yth. Dekan Fakultas Agama Islam
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 di -

Medan

Sehubungan Surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor : 81/II.3/UMSU-01/F/2023 Tanggal 05 Februari 2024 Perihal Izin Riset

Berkenaan dengan hal tersebut, dengan ini Camat Medan Deli memberikan Izin Riset kepada :

Nama : Ayu Romadhona
 NPM : 2001280005
 Fakultas/Prodi : Agama Islam / Manajemen Bisnis Syariah

Untuk melaksanakan Riset mengenai "Pengaruh Enterpreneur Mindset dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada UMKM di Kecamatan Medan Deli" mulai tanggal 05 Februari 2024 s.d 05 Maret 2024 dengan ketentuan mematuhi Peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi.



Ditandatangani secara elektronik oleh :
 Camat Medan Deli Kota Medan,

Indra Utama, S.STP, M.Si
 Pembina Tk. I (IVb)
 NIP 197710111997111001



Keputusan ini telah ditandatangani secara elektronik, menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh
 BPPK-Pem. 11 Tahun 2006 Pasal 5 Ayat 1 "Tersurat Elektronik digunakan sebagai alat bukti sah dan tidak dapat
 digugurkan pembuktian oleh bukti lainnya yang