

**PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
MAHASISWA PENDIDIKAN AKUNTANSI**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Program Studi Pendidikan Akuntansi*

Oleh:

HENI HAFSARI

2002070014



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



Skripsi ini diajukan oleh mahasiswa di bawah ini:

Nama : Heni Hafsari
NPM : 2002070014
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Sudah layak disidangkan.

Medan, Agustus 2024

Disetujui Oleh:
Pembimbing



Harningsih Fitri Situmorang S.E., M.Pd

Diketahui Oleh:

Dekan



Dra. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd

Ketua Program Studi



Dr. Faisal Rahman Dongoran, M.Si

BERITA ACARA

Ujian mempertahankan Skripsi Sarjana Bagi Mahasiswa Program Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari Kamis, Tanggal 29 Agustus 2024, pada pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, memperhatikan dan memutuskan bahwa:

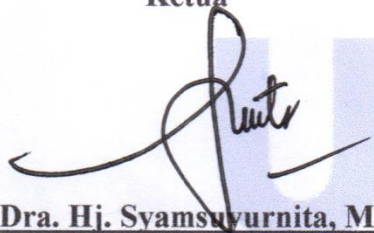
Nama : Heni Hafsari
NPM : 2002070014
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Dengan diterimanya skripsi ini, sudah lulus dari ujian Komprehensif, berhak memakai gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd).

Ditetapkan : (A-) Lulus Yudisium
() Lulus Bersyarat
() Memperbaiki Skripsi
() Tidak Lulus

PANITIA PELAKSANA

Ketua



Dra. Hj. Syamsuurnita, M.Pd

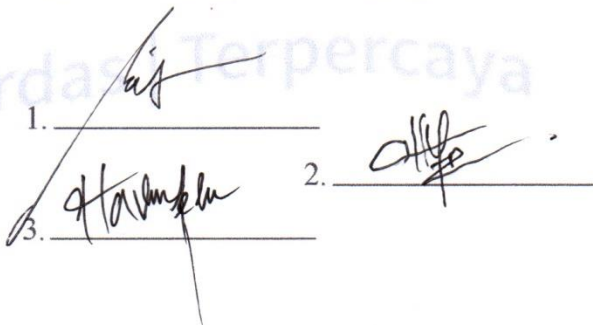
Sekretaris



Dr. Dewi Kesuma Nst., M.Hum

ANGGOTA PENGUJI:

1. Mariati, S.Pd, M.AK
2. Pipit Putri Hariani, MD,S.Pd, M.Si
3. Harningsih Fitri Situmorang, S.E, M.Pd



1. _____
2. _____
3. _____

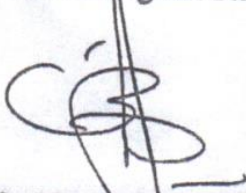
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Nama : Heni Hafsari
N P M : 2002070014
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Penelitian : Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Tanggal	Materi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
20/7-2024	Perbaiki Hal, AS & SI - Pembatasannya ditambah- kan dikit keterangannya.	H	
28/7-2024	Daftar pustaka 3 dosen UMSU.	H	
30/7-2024	Lampiran K ₁ & Daftar Guisoner atau Angket dari mahasiswa.	H	
5/8-2024	Perbaikan revisi Indikator Variabel X dan Y	H	
10/8-2024	Perbaikan revisi bab 4	H	
15/8-2024	Perbaikan Penulisan Perbaikan Isi kesimpulan	H	
25/8-2024	Acc sedang meja hijau	H	

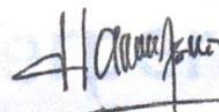
Medan, 19 Agustus 2024

Diketahui oleh
Ketua Program Studi



Dr. Faisal Rahman Dongoran, M.Si

Dosen Pembimbing



Harningsih Fitri Situmorang, S.E., M.Pd

ABSTRAK

Heni Hafsari 2002070014, NPM 2002070014, **“Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi”**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penggunaan sosial media TikTok shop dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Akuntansi FKIP UMSU. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Sampel yang diambil 3 stambuk (2020-2022) dengan kriteria yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Teknik pengambilan sampel adalah *Total Sampling*. Jumlah sampel sebanyak 46 mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil dari uji regresi linear sederhana diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $20.929 > F_{tabel}$ 5,39 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,025$. Artinya adalah sosial media TikTok Shop berpengaruh positif signifikan terhadap Minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Akuntansi. Sehingga berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, H_a diterima dan H_0 ditolak.

***Kata Kunci* : Sosial Media, TikTok Shop, Minat Berwirausaha**

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, tak lupa pula shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa risalah umat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi”**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program Stara-1 di program pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini terutama pada kedua orang tua tercinta, Bapak saya **Misdi** yang telah membesarkan dan mendidik hingga saat ini. Dan Alhm **Sumiati**. Seorang yang saya sebut mama. Alhamdulillah kini penulis sudah berada di tahap ini menyelesaikan Skripsi sederhana sebagai perwujudan terakhir sebelum engkau benar-benar pergi, Terimakasih sudah mengantarkan saya berada di tempat ini. walaupun pada akhirnya saya harus berjuang tertatih sendiri tanpa kau temani lagi. Untuk Abang Kakak saya dan Kedua adik saya **Dinda Putri** dan **Cinta aqila sasa** yang ikut andil dalam membantu menyelesaikan penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Agussani, M.Ap.** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu **Dra. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd.** selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu **Dr. Hj. Dewi Kesuma Nasution, M.Hum.** selaku Wakil Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak **Dr. Mandra Saragih, M.Hum.** selaku Wakil Dekan III Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak **Dr. Faisal R Dongoran, M.Si.** selaku Ketua Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu **Harningsih Fitri Situmorang, SE,M.Pd** selaku Dosen Pembimbing Penelitian yang telah membimbing dengan sabar dan memberikan arahan bagi penulis.
7. Seluruh Dosen Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan menjadi teladan yang baik bagi penulis.
8. Teman-Teman tersayang saya Windy, Yunita, Muthia,Wenni,Ully, Juwita, Linda,yang telah memberikan dukungan kepada saya.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan saya angkatan 2020 program studi

Pendidikan Akuntansi kelas A1 Pagi yang telah kebersamai dan mendukung peneliti selama masa perkuliahan.

10. Terakhir untuk Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah di mulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa dibbilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan keilmuan yang dimiliki. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian dengan judul **“Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi”** bisa berguna kepada pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, Agustus 2024

Peneliti



Heni Hafsari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
LANDASAN TEORITIS	10
2.1. Kerangka Teoritis	10
2.2. Penelitian Yang Relevan	23
2.3. Kerangka Konseptual	25
2.4. Hipotesis Penelitian	26
BAB III.....	27
METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Pendekatan Penelitian.....	27
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.5. Instrumen Penelitian.....	31
3.6. Teknik Analisis Data	35

3.6.1. Uji Instrumen Penelitian	36
3.6.1.2. Uji Reliabilitas.....	36
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
4.1.1. Temuan Kecenderungan Variabel Penelitian	41
4.1.2. Temuan Uji Persyaratan Analisis Data.....	43
4.1.3. Temuan Uji Hipotesis Penelitian.....	48
4.2. Pembahasan	51
BAB V.....	53
KESIMPULAN.....	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Prospek Kerja Lulusan Sarjana Pendidikan Akuntansi	5
Tabel 3. 1. Pelaksanaan Penelitian	27
Tabel 3. 2. Populasi Penelitian	29
Tabel 3. 3. Skor Skala Likert.....	32
Tabel 3. 4. Angket Penelitian Sosial Media TikTok	33
Tabel 3. 5. Angket Penelitian Minat Berwirausaha.....	34
Tabel 4. 1. Deskripsi Statistik Media Sosial TikTok Shop	41
Tabel 4. 2. Deskripsi Statistik Variabel Minat Berwirausaha	42
Tabel 4. 3. Hasil Uji Validitas Angket Sosial Media Tiktok Shop	43
Tabel 4. 4. Hasil Uji Validitas Angket Minat Berwirausaha.....	44
Tabel 4. 5. Hasil Uji Reliabilitas Angket Sosial Media TikTok Shop	45
Tabel 4. 6. Hasil Uji Reliabilitas Angket Minat Berwirausaha	46
Tabel 4. 7. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	47
Tabel 4. 8. Hasil Uji Linearitas	47
Tabel 4. 9. Persamaan Regresi Uji T Linear	49
Tabel 4. 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Diagram Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tiktok Global (Kuartal I 2018-Kuartal I 2024).....	3
Gambar 1. 2. Diagram 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia (Oktober 2023)	4
Gambar 2. 1. Bagan Kerangka Konseptual	26
Gambar 4. 1. Diagram Persentase Kecenderungan Media Sosial TikTok Shop.	42
Gambar 4. 2. Diagram Persentase Kecenderungan Minat Berwirausaha	43
Gambar 4. 3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Riwayat Hidup	58
Lampiran 2. Angket Penelitian Sosial Media	59
Lampiran 3. Angket Penelitian Minat Berwirausaha	61
Lampiran 4. Form K1 (Pengajuan Judul)	63
Lampiran 5. Form K2	64
Lampiran 6. Form K3	65
Lampiran 7. Berita Acara Bimbingan Proposal.....	66
Lampiran 8. Lembar Pengesahan Proposal	67
Lampiran 9. Lembar Pengesahan Hasil Seminar Proposal.....	68
Lampiran 10. Berita Acara Seminar Proposal	69
Lampiran 11. Surat Izin Riset.....	70
Lampiran 12. Surat Balasan Riset	71
Lampiran 13. Berita Acara Bimbingan Skripsi	72
Lampiran 14. Surat Pernyataan Keaslian	73
Lampiran 15. Turnitin.....	74

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Mahasiswa merupakan agen perubahan negara. Mahasiswa yang telah menyelesaikan maupun yang masih menempuh perkuliahan diharapkan memiliki *skill* yang mumpuni sehingga dapat berkerja setelah lulus. Tujuan perkuliahan adalah mengubah hidup menjadi lebih baik dan juga merubah *mindset* diri. Namun kenyataannya banyak sekali mahasiswa yang menganggur setelah kuliah.

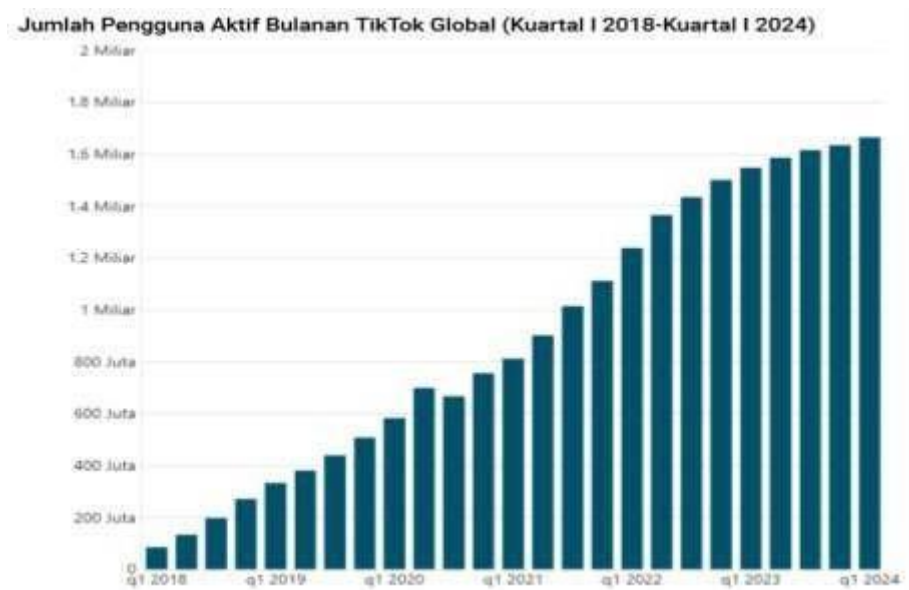
Berdasarkan badan pusat statistik, tingkat pengangguran terbuka menurut Pendidikan tertinggi yang di tamatkan (BPS, 2023) pada tahun 2021 sebanyak 5,98 persen tahun 2022 menurun menjadi 4,80 persen dan di bulan agustus 2023 naik kembali menjadi angka 5,98 persen. Hal ini menunjukkan bahwa angka pengangguran di Indonesia masih stagnan. Salah satu solusi yang digunakan untuk menurunkan angka pengangguran adalah menyediakan lapangan kerja. Masyarakat Indonesia seharusnya berlomba-lomba membuka lapangan pekerjaan terkhusus mahasiswa yang mana merupakan penerus bangsa nan diharapkan menyediakan lapangan kerja setelah lulus dari perguruan tinggi. Agar mahasiswa berkenan membuka lapangan pekerjaan. Itulah sebabnya para mahasiswa harus memiliki minat untuk berwirausaha. Minat berwirausaha adalah kemauan atau keterkaitan seseorang untuk memulai berwirausaha, serta kesediaan untuk berkerja keras demi mencapai kemandirian dan memenuhi kebutuhan hidupnya.

Di era modern saat ini, teknologi menjadi sangat penting untuk keberlangsungan dunia bisnis. Saat ini, telah banyak kegiatan yang tidak dapat diselesaikan tanpa teknologi. Bidang pendidikan, bidang bisnis, dan lain-lain semuanya telah ketergantungan pada teknologi. Lantaran penggunaan teknologi yang tepat dapat menghasilkan informasi yang akurat.

(nawawi M zuhrinal, 2023) Perkembangan Teknologi informasi yang sangat pesat dengan kecepatan yang luarbiasa membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Contohnya adalah meningkatkan efesiensi dan produktivitas tugas dan alur kerja secara otomatis dengan sangat cerdas di berbagai industri. Selain itu, dunia komunikasi juga telah sangat berubah lantaran perkembangan teknologi. Salah satu impelementasinya adalah sosial media. Sosial media menjadi ajang pertemuan antar manusia tanpa harus bertemu secara langsung. Beberapa sosial media yang telah ada sampai saat ini adalah *facebook, twitter, instagram, tiktok, whatsapp* serta yang terbaru yaitu *threads*. Dirujuk dari data reportal pada januari 2024, pengguna internet aktif adalah sebanyak 185,3 juta orang dan setara dengan 66,5% dari total populasi di Indonesia. Selain itu, sebanyak 139 juta pengguna aktif sosial media di Indonesia. Hal ini setara dengan 49,9 % dari total populasi yang ada di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi juga terjadi pada industri retail, salah satunya adalah pusat perbelanjaan online. Saat ini, berbelanja *online* telah menjadi rutinitas masyarakat *modern* terbukti dengan muncul banyaknya *e-commerce* yang mempermudah masyarakat dari belahan dunia manapun untuk berbelanja. *E-commerce* ini menawarkan kemudahan dan kenyamanan yang tak tertandingi yang memungkinkan konsumen untuk

berbelanja dari rumah dengan mudah dan praktis. Salah satu *platform e-commerce* yang populer akhir-akhir ini adalah Tiktok Shop. Tiktok Shop merupakan fitur terbaru dari sosial media tiktok. Sekarang Tiktok tidak hanya digunakan untuk menonton video lucu saja, namun sudah lebih dari itu. Buktinya adalah dengan munculnya fitur Tiktok *Shop*. Keberadaan Tiktok *Shop* sangat membantu kaum milenial dan pelajar dalam berbelanja. Bahkan, adanya tiktok *shop* ini mampu menarik pedagang-pedagang guna menggunakan fitur tiktok *shop* sebagai media pemasaran mereka. Menurut laporan Business of Apps (Muhamad, 2022) Tiktok memiliki 1,67 miliar pengguna aktif bulanan atau *monthly active users* (MAU) di seluruh dunia pada kuartal 1 2024.

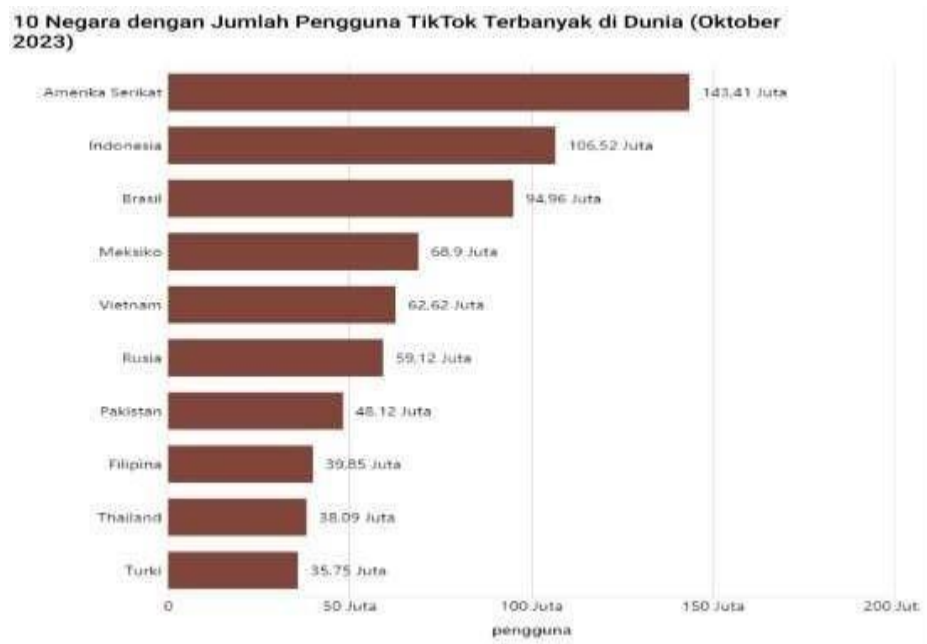
Gambar 1. 1. Diagram Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tiktok Global (Kuartal I 2018-Kuartal I 2024)



Sumber: data databoks 2024

Dapat dilihat dari diagram di atas bahwa jumlah pengguna Tiktok semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2024 adalah puncaknya. Mungkin, seiring berjalannya waktu, pengguna tiktok akan semakin bertambah.

Gambar 1. 2. Diagram 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia (Oktober 2023)



Dari diagram 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa Indonesia berada di posisi ke-2 setelah Amerika Serikat sebagai Negara dengan jumlah pengguna tiktok terbanyak pada oktober 2023. Sebanyak 106,52 juta orang Indonesia merupakan pengguna tiktok (Annur, 2023).

Mahasiswa cenderung lebih aktif dalam kegiatan sosial media dan lebih mahir dengan teknologi dibandingkan orang dewasa. Mereka juga lebih tertarik pada aktivitas yang praktis dan sangat mengandalkan teknologi. Kemampuan mereka untuk dengan cepat menemukan informasi dan

berpartisipasi dalam kegiatan sosial media adalah salah satu karakteristik mereka. Karakteristik ini menjadikan mahasiswa sebagai pengguna yang ideal untuk *platform* sosial media seperti Tiktok. Tiktok dapat menjadi media yang ideal bagi mahasiswa untuk membangun *personal branding* dan mempromosikan minat dan bakat mereka. Selain itu Tiktok dapat menjadi sumber informasi dan edukasi bagi mahasiswa, serta *platform* yang dapat digunakan untuk membangun jaringan dengan professional dan pengusaha muda.

Dengan demikian, Tiktok dapat menjadi alat yang berharga bagi mahasiswa untuk meningkatkan minat berwirausaha mereka. *Platform* ini dapat membantu mereka untuk :mendapatkan informasi tentang peluang bisnis baru, belajar dari pengusaha mudah lainnya, membangun jaringan dengan pengusaha dan investor potensial. Memasarkan dan mempromosikan bisnis mereka. Dengan penggunaan yang tepat, Tiktok dapat menjadi alat yang ampuh untuk membantu mahasiswa mencapai tujuan mereka, termasuk dalam mencapai kesuksesan dalam berwirausaha.

Lulusan Prodi Pendidikan Akuntansi UMSU memiliki berbagai prospek kerja yang menjanjikan. Selain menjadi guru akuntansi di sekolah menengah, lulusan Prodi Pendidikan Akuntansi UMSU juga dapat bekerja di berbagai bidang lain, seperti:

Tabel 1.1. Prospek Kerja Lulusan Sarjana Pendidikan Akuntansi

No	Prospek kerja	Keterangan
----	---------------	------------

1	Berkerja diperusahaan	Dapat bekerja di BUMN, BUMD, atau perusahaan swasta pada berbagai posisi terkait akuntansi dan keuangan.
2	Membuka usaha sendiri	Memanfaatkan keahlian akuntansi untuk memulai bisnis sendiri, misalnya konsultan keuangan, jasa akuntansi, atau e-commerce. Platform seperti TikTok Shop dapat menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan bisnis.
3	Seorang Pengajar	Menjadi guru akuntansi di sekolah atau dosen di perguruan tinggi.
4	PNS (Pegawai Negeri sipil)	Bekerja di instansi pemerintah sebagai akuntan.
5	Kantor Akuntan public	Bekerja sebagai auditor atau konsultan pajak

Sumber: FKIP UMSU (<https://fkip.umsu.ac.id/pendidikan-akuntansi-apa-hanya-menjadi-guru/>)

Dari tabel 1.1 di atas, salah satu prospek lulusan yang dapat dilakukan mahasiswa pendidikan akuntansi setelah lulus adalah membuka usaha sendiri alias berwirausaha. Mahasiswa Lulusan Pendidikan Akuntansi memiliki keahlian yang relevan dalam mengelola keuangan dan menganalisis data, yang merupakan fondasi penting dalam dunia bisnis. Namun, peluang untuk berwirausaha di luar sektor tradisional seperti akuntan publik atau perusahaan seringkali tidak teresplorasi secara maksimal. Platform seperti TikTok Shop menawarkan peluang unik bagi mahasiswa akuntansi untuk mengaplikasikan pengetahuan mereka secara langsung dan membangun bisnis sendiri. Fitur-fitur interaktif TikTok Shop, seperti live streaming dan short video, memungkinkan mahasiswa untuk mempromosikan produk atau jasa mereka secara kreatif dan menjangkau audiens yang luas. Selain itu, komunitas yang terbentuk di sekitar TikTok Shop dapat memberikan dukungan dan inspirasi bagi mahasiswa yang ingin memulai bisnis.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai, **“Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan** Sejauh akses yang telah peneliti lakukan, belum ada peneliti lain yang meneliti variabel dependen dan variabel independen terhadap sampel yang sama dengan yang peneliti teliti.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah adalah:

1. Tingginya angka pengangguran di Indonesia ,termasuk dikalangan mahasiswa.
2. Kurangnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa akuntansi, meskipun memiliki potensi yang besar untuk menjadi wirausahawan.
3. Potensi belum termaksimalkan dari *platform* sosial media, khususnya TikTok Shop dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan dalam identifikasi masalah, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Sosial Media mahasiswa Pendidikan Akuntansi yang diukur Menggunakan instrument (Saefuloh, 2020) indikatornya ialah: Manfaat Media Sosial , Kepercayaan Media Sosial, dan Kemudahan Media Sosial.
2. Minat Berwirausaha mahasiswa Pendidikan Akuntansi yang diukur menggunakan Instrument (zimmerer, Scarborough & Wilson, 2008:11) (Winkel,2004: 2012) (Dalam Julindrastuti et al., 2022) indikator yang digunakan untuk mengukur minat berwirausaha ialah:

Tingkat minat, Tidak bergantung pada orang lain, Membantu lingkungan Sosial, Perasaan senang menjadi seorang wirausahawan.

1.4. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah dan batasan masalah di atas, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Apakah terdapat pengaruh Sosial Media Tiktok shop terhadap minat berwirausaha Mahasiswa prodi pendidikan Akuntansi UMSU?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Akuntansi universitas muhammadiyah sumatera utara

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis

Untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat gelar sarjana ilmu pengetahuan dan pendidikan, dan sebagai latihan dan pengalaman dalam mempraktekkan teori yang diterima dibangku kuliah.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa

3. Akademis

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pada umumnya dan menjadi sumber baru yang nantinya bisa membantu penelitian lain yang ingin melakukan penelitian dalam konteks yang sama.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1. Kerangka Teoritis

2.1.1. Sosial Media

2.1.1.1. Pengertian Sosial Media

Sosial media merupakan platform online yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk sosial media yang paling umum digunakan secara global. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web untuk mendukung interaksi sosial, mengubah komunikasi menjadi dialog intreraktif.

Menurut Andreas Kaplan dan Micheal, (Dalam Rafiq, 2020) Mendeskripsikan bahwa Sosial media sebagai kelompok aplikasi yang berbasis internet yang membangun diatas dasar idelogi dan teknologi Web 2,0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*, jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web *page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

Sedangkan menurut Launghey (2007) (Dalam Pranyoto & Geli, 2020), media dapat dianggap sebagai alat komunikasi yang mencakup teknologinya. Meskipun media sering dilihat dari segi bentuk dan teknologi, konsep media dapat dimengerti dengan mempertimbangkan proses komunikasi itu sendiri, Meyrowitiz (1999:44-52) mengartikan media sebagai sarana untuk

memnyampaikan pesan dalam proses komunikasi.

Sosial media menurut (Risnawati, 2021) merupakan salah satu media instan yang berperan sebagai alat komunikasi, sosial media juga berfungsi menjadi sarana bagi penggunaanya untuk menggali segala macam informasi yang dibutuhkan dan menentukan pembentukan realistik, serta pemikiran dan pandangannya tentang dunia serta realistik sosial didalamnya. Sosial media memiliki pearanan dan berbagai pengaruh dalam kehidupan masyarakat .

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa sosial media adalah platform online yang memungkinkan para pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten. Ini mencakup berbagai bentuk seperti blog, jejaring sosial,dan wiki,yang menggunakan teknologi berbasis web untuk mendukung intreaksi sosial dan mengubah komunikasi menjadi diaog interaktif. Defenisi tersebut juga menyoroti peran sosial mediadalam memfasilitasi komunikasi, pertukaran informasi, dan pembentukan pandangan tenang dunia dan realistik sosial.

2.1.1.2. Jenis jenis sosial media

Menurut (Gultom et al., 2023) Tingginya minat masyarakat mendorong munculnya berbagai platform media sosial baru yang saling bersaing untuk menarik perhatian pengguna. Perkembangan teknologi yang sangat cepat juga memengaruhi dinamika media sosial. Banyak platform yang dulunya populer kini mulai ditinggalkan atau diakuisisi oleh perusahaan yang lebih besar. Berikut adalah beberapa jenis media sosial yang populer di masyarakat:

1. Blog: Blog merupakan semacam jurnal pribadi online di mana pengguna

dapat membagikan pikiran, pendapat, atau informasi terkait topik tertentu. Blog sering digunakan untuk mengekspresikan diri, berbagi pengetahuan, atau membangun personal branding.

2. Media Sosial Berbasis Teks: Selain blog, media sosial berbasis teks lainnya seperti forum diskusi dan layanan pesan instan juga populer. Forum diskusi memungkinkan pengguna untuk berdiskusi mengenai topik tertentu, sedangkan layanan pesan instan memudahkan komunikasi pribadi.

3. Media Sosial Berbasis Visual: Media sosial yang fokus pada konten visual seperti foto dan video semakin diminati. Contohnya adalah Instagram, Pinterest, dan TikTok. Platform-platform ini memungkinkan pengguna untuk berbagi momen, kreativitas, dan informasi secara visual.

4. Media Sosial Berbasis Audio: Platform seperti Clubhouse dan Spotify (untuk podcast) memungkinkan pengguna untuk berbagi konten audio seperti podcast, obrolan suara, dan musik.

5. Media Sosial Berbasis Video: Selain TikTok, YouTube juga merupakan platform berbagi video terbesar di dunia. Platform ini memungkinkan pengguna untuk menonton, membuat, dan berbagi video dengan berbagai topik.

6. Media Sosial Profesional: LinkedIn adalah contoh media sosial yang dirancang khusus untuk keperluan profesional. Platform ini digunakan untuk

7. membangun jaringan, mencari pekerjaan, dan berbagi informasi terkait karier.

2.1.1.3. Tik Tok

Berdasarkan penelitian Adawiyah (2020),(Dlam (Sa'adah et al., 2022) TikTok telah menjadi platform video pendek yang sangat populer di seluruh dunia. Pengguna dapat dengan mudah membuat video kreatif berdurasi singkat dengan berbagai efek menarik. Selain sebagai sarana hiburan, TikTok juga dimanfaatkan sebagai platform pemasaran yang efektif oleh para influencer dan merek. Banyak remaja kreatif yang berhasil menghasilkan pendapatan dari konten yang mereka buat di TikTok.

Sedangkan menurut (Susanti et al., 2023) Aplikasi TikTok adalah platform media sosial yang memudahkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan video pendek. Dengan durasi video antara 15 hingga 60 detik, TikTok memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menampilkan kreativitas mereka, sering kali dengan menambahkan musik, efek, dan filter. Keberagaman fitur ini menjadikan TikTok sangat menarik di kalangan generasi muda dan memiliki daya tarik global.

TikTok tidak hanya sebagai alat hiburan, tetapi juga sebagai peluang berwirausaha yang menjanjikan. Fitur utamanya termasuk kemampuan untuk merekam video secara langsung menggunakan kamera ponsel atau mengimpor video dari galeri. Musik dan audio adalah elemen penting yang memperkaya konten, dengan berbagai pilihan lagu, suara, dan klip audio yang tersedia. Selain itu, efek kreatif dan filter wajah yang bervariasi dapat meningkatkan kualitas dan daya tarik video. Bagi para pengusaha dan kreator konten, TikTok menawarkan platform yang efektif untuk membangun merek, mempromosikan produk, dan

menjangkau audiens yang lebih luas.

2.1.1.3.1. Pengertian Tik Tok Shop

TikTok shop adalah platform yang menawarkan dan menjual barang atau jasa melalui internet, memungkinkan pelanggan untuk melihat produk secara tidak langsung melalui perangkat seperti smartphone. Kemudahan dalam memperoleh barang yang diinginkan dapat mendorong konsumen untuk meningkatkan perilaku konsumtif dalam berbelanja (Sari, 2015) (dalam Weriframayeni & Kurnia, 2024).

TikTok Shop memudahkan pengguna dalam berbelanja daring karena pengguna TikTok tidak perlu membuat akun baru. Pengguna dapat langsung menghubungkan akun TikTok mereka dengan TikTok Shop setelah verifikasi. Saat ini, TikTok memiliki fitur TikTok Shop yang dapat digunakan oleh pengguna. TikTok Shop adalah respon dari brand terhadap peningkatan penjualan produk melalui promosi di media sosial. TikTok Shop berisi konten yang dibuat dan diunggah oleh penjual atau brand dengan tujuan memasarkan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. TikTok Shop kini telah menjadi platform penting bagi pebisnis karena kemampuannya dalam menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. (Rizal & Wijayani, 2023) Pada tahun 2021, TikTok meluncurkan TikTok Shop, yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja langsung melalui platform tersebut tanpa perlu menggunakan aplikasi lain. Peningkatan literasi informasi di kalangan milenial, terutama pengguna TikTok, membuat konsumen semakin mudah mendapatkan informasi tentang produk skincare yang ingin mereka beli.

Perkembangan bisnis online ini juga memaksa perusahaan di sektor tersebut untuk lebih cermat dalam menentukan strategi yang tepat untuk menarik konsumen. Banyak konsumen yang kini bertindak rasional dan logis saat berbelanja online, tetapi fenomena impulse buying (pembelian impulsif) juga semakin marak.

2.1.1.4. Indikator Sosial Media

Menurut (Saefuloh, 2020) indikator yang digunakan untuk mengukur Sosial Media:

1. Manfaat Media Sosial.

Merujuk pada segala keuntungan atau nilai positif yang diperoleh individu atau kelompok dari penggunaan platform media sosial. Manfaat ini bisa bersifat personal, sosial, atau bahkan ekonomi.

2. Kepercayaan Media Sosial.

Mengacu pada tingkat keyakinan individu terhadap informasi, konten, dan interaksi yang terjadi di dalam platform media sosial. Kepercayaan ini sangat penting karena mempengaruhi seberapa jauh seseorang akan mengandalkan informasi yang diperoleh dari media sosial dan seberapa aktif mereka berpartisipasi dalam berbagai aktivitas online

3. Kemudahan Media Sosial.

Merujuk pada tingkat kemudahan pengguna dalam mengakses, memahami, dan menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh platform media sosial. Kemudahan penggunaan sangat penting untuk mendorong adopsi dan penggunaan yang lebih luas.

2.1.2. Minat Berwirusaha

2.1.2.1. Kewirausahaan

2.1.2.1.1. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari kata wira dari kata wira dan usaha, dan diberi dengan imbuhan ke-an. Wira menggambarkan seseorang yang ksatria,

pahlawan, pejuang atau gagah berani. Sementara usaha mencerminkan tindakan berkerja atau melakukan sesuatu. Jadi, kewirausahaan adalah perilaku dinamis yang mencakup pengambilan risiko, kreativitas, dan pertumbuhan. Seseorang wirausaha adalah individu yang kuat dan berani melakukan tindakan yang mencakup semangat untuk menjadi pahlawan dalam mengembangkan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kewirausahaan merupakan hasil dari pembelajaran dan pengalaman praktis, (Purnomo al., 2020) (Dalam Suwandi et al., 2023) serta melibatkan individu yang disebut sebagai wirausahawan. Wirausahawan adalah individu yang terlibat dalam aktivitas kewirausahaan, memiliki minat, bakat, dan keterampilan dalam mengidentifikasi produk baru, memasarkan produk serta mengatur permodalan dan pengelolaan keuangan (Bahri 2019)

Menurut (Hartono et al., 2022) kewirausahaan adalah kemampuan dan sikap untuk menciptakan nilai baru yang bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu

aktif atau kreatif berdaya, berkreasi, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya (Kementerian

Pendidikan Nasional 2010,46), seseorang memiliki karakter selalu tidak puas dengan apa yang dicapainya. Wirausaha ialah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.

Menurut (Mahmuddah,2019) (Dalam Sari, Raihana, Hasana Mahmudah Hasanah, Ulfah Marya, 2022) Kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan nilai tambah dari suatu produk melalui pengetahuan ilmiah, pengembangan teknologi, dan inovasi, serta melihat peluang usaha dengan minat yang konsisten dan kesenangan dalam aktivitas tersebut. Minat adalah perhatian yang timbul pada hal-hal yang diinginkan atau disukai oleh seseorang.

Maka dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah perilaku dinamis yang melibatkan pengambilan resiko, kreativitas dan pertumbuhan. Seseorang wirausaha adalah individu yang kuat dan berani dalam mengembangkan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui aktivitas kewirausahaan. Kewirausahaan melibatkan pembelajaran, pengalaman praktis, minat,bakat, serta keterampilan dalam mengidentifikasi memasarkan produk, serta mengatur permodalan dan pengelolaan keuangan. Lebih lanjut, kewirausahaan juga mencakup kemampuan dan sikap untuk menciptakan nilai baru yang bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain, serta melibatkan pengetahuan ilmiah, pengembangan teknoloogi,inovasi, dan minat yang konsisten dalam melihat peluang usaha.

2.1.2.1.2. Ciri-ciri watak kewirausahaan

Menurut Suryana, 2014:22 (dalam Agus et al., 2020) watak maupun ciri dari kewirausahaan adalah percaya diri optimis, keyakinan, ketidak ketergantungan, individualitis. Berorientasi pada tugas dan hasil,kebutuhan untuk berprestasi, laba ketekunan dan, tekak kerja keras mempunyai dorongan yang kuat, energik serta inisiatif. Pengambilan resiko dan suka tantangan, kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar, kepemimpinan, Perilaku sebagai pemimpin,bergaul dengan orang lain,menanggapi saran-saran serta kritik, berorientasi kemasa depan, pandangan kedepan dan perspektif.

2.1.2.1.3. Manfaat Kewirausahaan

Adapun manfaat wirausaha menurut (Harningsih Fitri Situmorang S.E, 2022) ialah Sebagai berikut:

1. Menambah daya tamping Tenaga kerja, Sehingga dapat mengurangi penganguran
2. Sebagai genitor pembangunan lingkungan, bidang produksi distribusi, pemeliharaan lingkungan bidang produksi, distribusi, Pemeliharaan, lingkungan kesejahtraan dan sebagainya.
3. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, Sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh dan juga diteladani karena seorang wirausaha adalah orang terpuji jujur, berani hidup dan tidak merugikan oranglain
4. Menghormati hukum dan praturan yang berlaku, berusaha selalu memperjuangkan lingkungan
5. Memberi bantuan kepada orang lain dan membangun sosial sesuai dengan

kemampuannya mendiditentang karyawannya menjadi oelang yang mandiri, disiplin,jujur,tekun dalam menghadapi perkerjaannya

6. Memberikan contoh tentang cara berkerja keras, tanpa harus melupakan perintah-perintah agama,dekat kepada Allah SWT.
7. Hidup secara efesien,tidak berfoya-foya,dan tidak boros
8. Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan

2.1.2.1.4. Tujuan Kewirausahaan

Adapun tujuan dari kewirausahaan (Setyorini,2018) (DalamAgustina et al., 2022) ialah:

1. Menjaring serta membuka lapangan perkerjaan baru untuk masyarakat, Terus menjadi tumbuh suatu usaha, pastinya memeperlukan terus menjadi banyak karyawaan dan hendak mebuka lapangan perkerjaan untuk masyarakat.
2. Memberikan menolong meneluarkan semangatuntuk berwirausaha. Seseorang wirausaha pastinya seseorang yang memounyi jiwa yang kreatif, kompetitif setra mempunyai inovasi maupunterobosan.
3. Tingkatkan jumlah wirausaha yang bermutu.
4. Menyebarkan semangat buat berinovasi,serta mengembangkan kesadaran seseorang wirausahawan yang unggul dan tangguh.

2.1.2.2. Minat Berwirausaha

2.1.2.2.1. Pengertian Minat Berwirausaha

Minat bewirausaha ialah mengindikasikan kemauan atupun ketertarikan seseorang untuk memulai berwirausaha. Minat berwirausaha ialah keinginan

ketertarikan serta kesediaan untuk berkerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta sentiasa belajar dari kegagalan yang dialami (Santoso,2013) Menurut subandono (2007) (dalam Inspiratif et al., 2022) Minat wirausaha adalah kecendrungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang yang kemudian mengorganisir, mengatur menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakan tersebut.

Minat Berwirausaha dapat diartikan ialah keinginan,perhatian atau dengan dorongan seseorang pada suatu objek tertentu dengan demikian.diungkapkan oleh Slameto 2003:180 (dalam Iskandar, 2020) yang menyatakan bahwa minat sebagai rasa suka dan juga tertarik pada suatu hal atau aktivitas,tanpa ada yang memaksa, Minat pada pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang terdapat pada luar diri.

Kesimpulan dari penjelasan diatas adalah bahwa minat berwirausaha adalah bahwa minat berwirausaha melibatkan kemauan dan keterkaitan seseorang untuk memulai dan mengembangkan usaha, serta bersedia menghadapi resiko dan belajar dari kegagalan. Minat ini berasal dari interenal individu tanpa adanya tekanan eksternal,dan melibatkan proses penerimaan hubungan anatara diri sendiri dengan aktivitaas atau objek yang terkait dengan wirausaha

2.1.2.2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Berwirausaha

Menurut Basrowi (2014: 64-66) (Dalam Mata et al., 2022) Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa diantaranya yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Adapun penjabarannya adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal merupakan segenap pikiran emosi dan persoalan dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi minat sehingga tidak dapat dipusatkan atau faktor atau faktor yang berasal dari dalam diri.
 - a. Motivasi; adalah proses psikologis yang mendasar dan merupakan faktor penting dalam menjelaskan perilaku seseorang. Ini merupakan dorongan internal yang tidak terlihat dari luar dan mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu.
 - b. Faktor kemampuan; merujuk pada kecakapan seseorang dalam suatu bidang, yang dapat diperoleh melalui pendidikan formal atau informal. Kemampuan dalam berwirausaha dapat meningkatkan minat untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha.
 - c. Perasaan senang; perasaan senang erat hubungannya dengan pribadi seseorang maka tanggapan perasaan seseorang terhadap sesuatu hal tidaklah sama antara orang yang satu dengan yang lainnya. Perasaan senang terhadap bidang berwirausaha akan menimbulkan minat berwirausaha.
2. Faktor Eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri. Beberapa faktor eksternal yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah:

- a. Faktor keluarga; keluarga mempunyai peran penting dalam mempersiapkan anak untuk mencapai masa depan yang baik untuk dirinya sendiri, keluarga serta masyarakat. Maka dengan dorongan dari orang tua dan keluarganya dapat pula mempengaruhi seseorang dalam menepuk minat untuk berwirausaha, maka dari itu selain dari dorongan keluarga, latar belakang keluarga juga merupakan salah satu faktor tumbuhnya dari minat berwirausaha.
- b. Faktor lingkungan masyarakat; Faktor lingkungan yang mempengaruhi minat untuk berwirausaha seperti lingkungan masyarakat serta nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat tersebut, pergaulan dengan teman sebaya, surat kabar, televisi, dan lain-lain.
- c. Faktor lingkungan pendidikan; merupakan yang sangat potensial untuk mendorong peserta didik dalam perkembangan minat.

2.1.2.2.3. Indikator Minat Berwirausaha

Menurut (Zimmerer, Scarborough & Wilson, 2008:11) (Winkel, 2004: 2012) (Dalam Julindrastuti et al., 2022) indikator yang digunakan untuk mengukur minat berwirausaha diantaranya:

1. Tidak bergantung pada orang lain

Seseorang memiliki inisiatif dan percaya diri untuk melakukan sesuatu sendiri tanpa perlu selalu mengandalkan bantuan orang lain. Mereka lebih suka mengambil keputusan dan bertanggung jawab atas tindakan mereka sendiri.

2. Tingkat Minat Berwirausaha

Seberapa besar minat atau ketertarikan seseorang terhadap aktivitas

berwirausaha. Seseorang dengan minat berwirausaha yang tinggi biasanya akan lebih sering mencari informasi tentang bisnis, memiliki ide-ide bisnis baru, dan bersemangat untuk memulai usaha sendiri

3. Perasaan senang menjadi seorang wirausahaan Menunjukkan seberapa besar kepuasan yang dirasakan seseorang ketika menjalankan bisnis. Mereka merasa senang dan bangga dengan apa yang mereka capai sebagai seorang wirausaha, dan memiliki motivasi yang kuat untuk terus berkembang.

2.2. Penelitian Yang Relevan

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

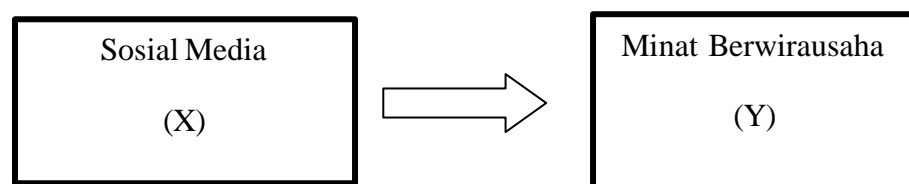
No	Nama Penelitian Jurnal	Judul Jurnal	Hasil Penelitian
1	Puji jayadi	Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi di STKIP PGRI Jombang. Mahasiswa cenderung lebih tertarik untuk menjadi wirausahawan setelah terpapar dengan informasi dan konten yang berkaitan dengan dunia bisnis dan kewirausahaan melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi titik awal bagi pengembangan pendekatan pendidikan yang lebih terintegrasi antara media sosial dan pembelajaran kewirausahaan di lingkungan akademik.

No	Nama Penelitian Jurnal	Judul Jurnal	Hasil Penelitian
2	I Komang sumerta dan Nikomang Redianingsih	Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Kota Denpasar	Hasil penelitian menyimpulkan tentang hubungan antara tingkat penggunaan media sosial, motivasi, dan minat berwirausaha pada mahasiswa program studi manajemen perguruan tinggi di Kota Denpasar.
3	Relwandi, Henry Eryanto dan Christian	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat	Hasil penelitian Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa
	Wirendendi Wolor	Berwirausaha Siswa Smk Negeri 40 Jakarta	Penggunaan Media Sosial dan Motivasi memiliki peran penting dalam membentuk minat berwirausaha siswa SMK Negeri 40 Jakarta. Penggunaan Media Sosial dapat memperluas akses informasi tentang wirausaha dan mempengaruhi persepsi positif siswa terhadap dunia bisnis, sedangkan Motivasi memberikan dorongan untuk mengambil risiko dan mencari peluang dalam berwirausaha. Pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor ini dapat digunakan untuk mengembangkan program pendidikan yang lebih efektif dalam meningkatkan minat berwirausaha di kalangan siswa.

No	Nama Penelitian Jurnal	Judul Jurnal	Hasil Penelitian
4	Diah Ananda Kharisma ¹ , Zuhrinal M Nawawi ²	PENGARUH APLIKASI TIK TOK SHOP TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen FEBI UINSU)	hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa tidak semua variabel berpengaruh signifikan, Akibatnya, kemampuan diri dan minat sama pentingnya dengan teknologi dan informasi dalam menentukan bagaimana karakteristik menggunakan media TikTok Shop. Pengaruh dari kemampuan diri dan konsumsi media cukup berpengaruh presentasinya. Karakteristik penggunaan informasi dan teknologi
			sangat dipengaruhi oleh penggunaan media.
5	Emi Salmah, Luluk Fediyanti, Siti Sriningsih	Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instragram Terhadap Minat Berwirausaha Mahaiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram	Hasil Penelitian secara parsial variabel komunitas online tidak berpengaruh terhadap variabel minat berwirausaha dan variabel interaksi dan aksesabilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dan dengan uji simultan secara bersamaan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Yang terakhir dengan uji asumsi klasik yang dilakukan model regresi yang digunakan memenuhi kriteria linier atau BLUE (Best Linier Unbisaide Estimator).

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran merupakan konseptual mengenai bagaimana suatu teori berhubungan antara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Dalam penelitian variabel X yaitu variabel sosial media yang merupakan platform online yang digunakan untuk memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, menciptakan konten, yang terdiri dari blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Adapun aplikasi media sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Tiktok yang merupakan bentuk sebuah konten terkenal dan salah satu industri hiburan virtual yang berkembang paling cepat. Tiktok juga digunakan tidak hanya sekedar memutar video lucu tetapi tiktok juga digunakan untuk membantu kaum milenial dan pelajar dalam berbelanja. Tiktok juga mempunyai fitur baru seperti Tiktok Shop yang dapat mempermudah pengguna seperti kaum milenial dan mahasiswa untuk berdagang yang jika pengguna tersebut memiliki minat berwirausaha. Dalam penelitian ini juga variabel Y yaitu variabel minat berwirausaha yang merupakan indikasi kemauan ataupun keterkaitan seseorang untuk berwirausaha. Berdasarkan rumusan masalah, kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 1. Bagan Kerangka Konseptual

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual di atas maka adapun yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah:

1. H_a : Ada pengaruh Sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan akuntansi
2. H_o : Tidak ada Pengaruh Sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan akunt

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang lebih sistematis dari awal hingga akhir dan memiliki memerlukan sampel yang lebih besar (Hafni Sahir, 2022)

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, JL. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat 11, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20238.

3.2.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan penelitian direncanakan akan dilaksanakan pada bulan Februari 2024 sampai dengan Maret 2024.. Kegiatan penelitian ini dapat diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 1.Pelaksanaan Penelitian

Uraian Kegiatan	Bulan/Minggu																											
	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul																												
ACC judul																												
Penyusunan																												

Uraian Kegiatan	Bulan/Minggu																											
	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Proposal																												
Bimbingan Proposal																												
Seminar Proposal																												
Revisi Proposal																												
Riset																												
Pengolahan Data																												
Pemrosesan data																												
Penulisan Skripsi																												
Pengesahan Skripsi																												
Sidang Skripsi																												

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan kumpulan individu yang mempunyai karakter khusus yang serupa (J.Creswell, 2015). Pada penelitian ini, yang menjadi populasi ialah mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fkip UMSU stambuk 2020-2022.

Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa pendidikan Akuntansi yang telah mengikuti Matakuliah Kewirausahaan adapun Mahasiswa Pendidikan Akuntansi yang telah mengikuti mata kuliah Kewirausahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2. Populasi Penelitian

Stambuk	Jumlah Mahasiswa
2020	17
2021	13
2022	16
Total	46 orang

Berdasarkan tabel diatas dapat diketakui total Populasi sebanyak 46 Mahasiswa yang telah mengikuti Mata Kuliah Kewirausahaan Pendidikan Akuntansi.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019) Teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling dengan jenis *total sampling* dimana peneliti menggunakan keseluruhan total dari populasi (Sugiyono, 2019)

Maka sampel dari Penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa/I program pendidikan Akuntansi yang telah mengikuti Mata kuliah Kewirausahaan, Fakultas Keguruan dan ilmu Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang berjumlah 46 orang.

3.4. Variabel dan Definisi Oprasional

Menurut Variabel menurut (Hikmah, 2020) penelitian adalah atribut nilai/ sifat objek, individu /kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini dapat

dibedakan dalam dua variabel yaitu:

3.4.1. Variabel

3.4.1.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas atau variabel independen dalam penelitian ini adalah Sosial Media Tiktok *shop*

3.4.2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat atau variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Berwirausaha.

3.4.2. Definisi Oprasional Variabel

a. Sosial Media Tiktok shop sebagai variabel bebas atau variabel independen (variabel X) dalam penelitian ini merupakan *platform* online yang memungkinkan para pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten. Ini mencakup berbagai bentuk seperti blog, jejaring sosial, dan wiki, yang menggunakan teknologi berbasis web untuk mendukung interaksi sosial dan mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Definisi tersebut juga menyoroti peran sosial media dalam memfasilitasi komunikasi, pertukaran informasi, dan pembentukan pandangan tentang dunia dan realitas sosial. Indikator pengukuran Sosial Media sebagai variabel bebas yang peneliti gunakan adalah indikator Menurut (Saefuloh, 2020) indikator yang digunakan untuk mengukur Sosial Media yaitu:

1. Manfaat Media Sosial
2. Kepercayaan Media Sosial
3. Kemudahan Media Sosial

b. Minat Berwirausaha sebagai variabel terikat atau variabel dependen (variabel Y) pada penelitian ini memiliki definisi : Minat berwirausaha adalah bahwa minat berwirausaha melibatkan kemauan dan keterkaitan seseorang untuk memulai dan mengembangkan usaha, serta bersedia menghadapi resiko dan belajar dari kegagalan. Minat ini berasal dari interenal individu tanpa adanya tekanan eksternal, dan melibatkan proses penerimaan hubungan antara diri sendiri dengan aktivitas atau objek yang terkait dengan wirausaha. Indikator pengukuran Minat berwirausaha adalah indikator menurut (Zimmerer, Scarborough & Wilson, 2008:11) (Winkel, 2004: 2012) (dalam Julindrastuti et al., 2022) indikator yang digunakan untuk mengukur minat berwirausaha yaitu:

1. Tidak bergantung pada orang lain
2. Tingkat Minat Berwirausaha
3. Perasaan senang menjadi seorang wirausahawan.

3.5. Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019) Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Alat pengumpulan data ini dimanfaatkan untuk mendapatkan temuan sebaik mungkin sehingga validitas penelitian dapat ditetapkan. Instrumen yang dibuat menggunakan skala Likert dan merupakan kuesioner. Instrumen yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu:

3.5.1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner ialah teknik pengumpulan data dimana peneliti memeberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode ini dianggap efesien jika penelitalah memiliki pemahaman yang jelas mengenai variabel yang akan diukur dan apa yang diharapkan responden (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai pedoman untuk mengajukan pertanyaan,dengan pilihan yaitu,Sangat setuju, setuju Ragu- ragu,Tidak setuju, Sangat setuju, Sangat tidak setuju, Menurut (Sugiyono, 2019) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenonema sosial. Skala likert umumnya menggunakan lima bobot penelian atau skor sebagai berikut:

Tabel 3. 3. Skor Skala Likert

No	Kriteria Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Ragu- Ragu (RG)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (ST)	5

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Berikut ini adalah Instruen penelitian Mengenai Sosial Media Kuesioner yang dikembangkan oleh peneliti (Saefuloh, 2020)adalah Manfaat Sosial Media, Kepercayaan Sosial Media ,Kemudahan Sosial Media dengan Pengembangan alat

ukur dilakukan berdasarkan kerangka teori yang telah ditetapkan, yang kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator dan dijabarkan dalam butir-butir pertanyaan

Tabel 3. 4. Angket Penelitian Sosial Media Titok

No	Indikator	Pertanyaan	Item Instrumen
1	Manfaat Sosial Media	Saya melihat peluang bisnis di Tik tok shop karena waktunya yang fleksibel cocok bagi saya	1
		Dengan menggunakan sosial media akan meningkatkan kinerja saya sebagai wirausaha	2
		Jaringan sosial yang sudah saya miliki di Tiktok shop akan bermanfaat untuk kegiatan wirausaha	3
		Saya Pernah menggunakan Tiktok Shop untuk menjual produk atau jasa	4
2	Kemudahan Sosial Media	Kemudahan membandingkan harga produk di sosial media menjadi sebuah peluang bisnis bagi saya	6
		Kemudahan Masyarakat menggunakan teknologi media sosial media merupakan peluang bisnis bagi saya	7
		Menurut saya media sosial itu penting untuk digunakan dalam berwirausaha	8
		Menurut saya sosial media mudah digunakan untuk digunakan untuk keperluan berwirausaha	9
3	Kepercayaan Sosial Media	Kepercayaan terhadap informasi dari sosial media merupakan peluang bisnis bagi saya	5

Kuesioner Minat Berwirausaha dikembangkan dari penelitian terdahulu (Zimmerer, Scarborough & Wilson, 2008:11) (Winkel, 2004: 2012) (Dalam Julindrastuti et al., 2022) terdahulu dengan beberapa modifikasi. Pengembangan alat ukur dilakukan berdasarkan kerangka teori yang telah ditetapkan indikator yang digunakan untuk mengukur minat berwirausaha ialah: Tingkat minat, Tidak bergantung pada orang lain, Perasaan senang menjadi seorang wirausahawan, yang kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator dan dijabarkan dalam butir-butir pertanyaan. Berikut adalah kisi-kisi angket yang disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 3. 5. Angket Penelitian Minat Berwirausaha

No	Indikator	Pertanyaan	Item Instrumen
1	Tingkat Minat	Saya memiliki minat pada Tiktok Shop Untuk berwirausaha	1
		Tiktok Shop telah menginspirasi saya untuk menjadi wirausaha	2
		Saya sering mencari informasi tentang peluang bisnis di sosial media Tiktok Shop	9
		Saya memiliki karir sebagai wirausaha setelah lulus nanti	7
		Saya merasa memiliki kemampuan yang cukup untuk menjalankan bisnis sendiri	3
2	Tidak Bergantung Pada Orang lain	Saya lebih suka menjadi karyawan dari pada berwirausaha	4
		Saya merasa kesulitan mencari ide yang inovatif	8

		Saya Khawatir dengan risiko kegagalan dalam berwirausaha	5
3	Perasaan senang menjadi wirausaha	Saya merasa senang apabila saya berwirausaha	6

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Sehingga penelitian ini menggunakan statistik inferensial. Yang mana statistik yang mempelajari penafsiran dan penarikan kesimpulan yang berlaku secara umum dari data yang tersedia. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan dari tiap variabel yang diteliti melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun langkah- langkah statistic inferensial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1. Uji Instrumen Penelitian

3.6.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan yang ada mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk

degree of freedom (df) = n-2, dalam hal ini adalah jumlah sampel. Dengan kriteria uji validitas sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid (Imam Ghazali, 2018).

3.6.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner penelitian yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas juga digunakan untuk menguji konsistensi data yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu, yakni untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat diandalkan atau dipercaya.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Cronbach Alpha (α) yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60, untuk memudahkan perhitungan uji reliabilitas ini menggunakan alat bantu program SPSS

3.6.2 Uji Prasyarat

3.6.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau tidak (Hafni Sahir, 2022) Dalam penelitian ini, uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Perlu digaris bawahi bahwa dalam analisis regresi, yang dimaksud normal adalah residualnya (error), bukan nilai data aslinya. Adapun

dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi secara normal.
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal.

3.6.2.2. Uji linearitas

Uji linearitas digunakan untuk menentukan apakah dua variabel atau lebih yang diuji memiliki hubungan yang linier atau tidak secara signifikan (Kaylana Setiawan & Yanthy Yosepha, 2020). Dalam penelitian ini, fungsi statistik yang digunakan untuk menguji linearitas adalah fungsi Compare Means pada SPSS. Adapun dasar pengambilan keputusan uji linearitas yaitu:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel bebas memiliki hubungan yang linear dengan variabel terikat.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel bebas tidak memiliki hubungan yang linear dengan variabel terikat.

3.6.2.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan dalam varians residual antara satu pengamatan ke pengamatan lain (Hafni Sahir, 2022). Model regresi yang baik adalah tidak ada gejala heterokedastisitas. Cara yang dapat digunakan untuk menguji heterokedastisitas adalah dengan melihat scatterplot. Cara membaca scatterplot adalah apabila tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

3.6.3. Uji Hipotesis

3.6.3.1. Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (Hafni Sahir, 2022) Karena dalam penelitian ini hanya memiliki satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka jenis analisis regresi yang digunakan adalah jenis regresi linear sederhana. Adapun model persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai Variabel terikat yang diprediksikan X = Variabel indenpenden

a = Konstanta (bila harga x =0)

b = Koefisien regresi

Bentuk pengujian sebagai berikut:

Jika nilai signifikasi < 0,05 artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y sedangkan jika nilai signifikasi > 0,05 artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

3.6.3.2. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat. Cara membaca koefisien determinasi adalah apabila koefisien determinasi semakin mengarah pada nol, maka semakin kecil pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mengarah pada

100% maka semakin besar pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Hafni Sahir, 2022).

Berikut ini adalah rumus Koefisien determinasi:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd= Nilai koefisien determinasi

R^2 = Nilai koefisien korelasi

100% : persentase kontribusi

Kriteria analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel terhadap dependen lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), maka pengaruh variabel indenpenden terhadap variabel kuat

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tepatnya di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Akuntansi, Sampel yang di ambil di jurusan Pendidikan Akuntansi Angkatan 2020 sampai 2022 yang sudah mengikuti Mata kuliah Kewirausahaan, Mahasiswa berjumlah 46 Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. Data yang di ambil dari dua variabel yaitu variabel X adalah Sosial Media dan Variabel Y adalah Minat Berwirausaha.

4.1.1. Temuan Kecenderungan Variabel Penelitian

4.1.1.1. Variabel Media Sosial TikTok Shop (X)

Tabel 4. 1. Deskripsi Statistik Media Sosial TikTok Shop

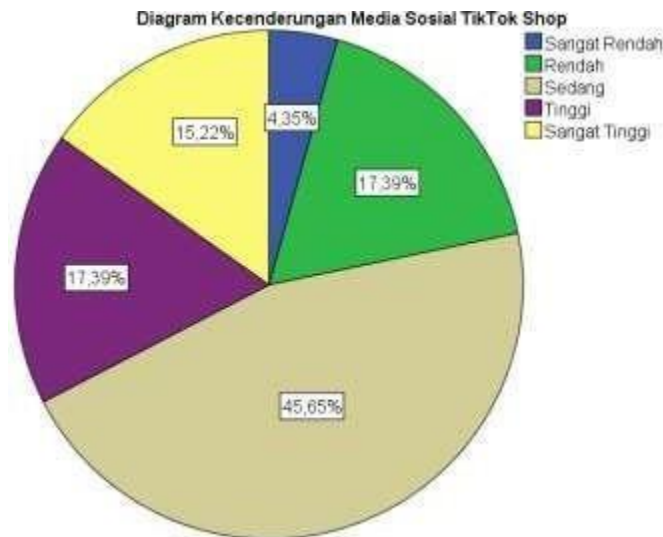
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Media Sosial TikTok Shop	46	25,00	44,00	36,1087	4,24384
Valid N (listwise)	46				

Sumber: Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 4.1. di atas dapat dilihat bahwa dengan jumlah sampel 46 mahasiswa pendidikan akuntansi, diperoleh skor minimum 25 sedangkan skor maksimum sebesar 44, nilai rata-rata media sosial tiktok shop sebesar 36,1087 dan Standar deviasi media sosial tiktok shop adalah 4,24384

Gambar 4. 1. Diagram Persentase Kecenderungan Media Sosial TikTok

Shop



Berdasarkan gambar diagram 4.1. di atas dapat dilihat bahwa kecenderungan variabel media sosial tiktok shop 15,22% mahasiswa pendidikan akuntansi menggunakan media sosial tiktok shop dikategorikan sangat tinggi, 17,39% dikategorikan tinggi, 45,65% dikategorikan sedang, 17,39% dikategorikan rendah, dan 4,35% dikategorikan sangat rendah.

4.1.1.2. Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Tabel 4. 2. Deskripsi Statistik Variabel Minat Berwirausaha

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Minat Berwirausaha	46	23,00	41,00	32,6957	3,82314
Valid N (listwise)	46				

Sumber: Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 4.2. di atas dapat dilihat bahwa dengan jumlah sampel 46 mahasiswa pendidikan akuntansi, diperoleh skor minimum adalah 23 sedangkan

skor maksimum sebesar 41, nilai rata-rata variabel minat berwirausaha sebesar 32,6957 dan Standar deviasi minat berwirausaha adalah 3,82314.

Gambar 4. 2. Diagram Persentase Kecenderungan Minat Berwirausaha



Berdasarkan gambar diagram 4.2. di atas dapat dilihat bahwa kecenderungan variabel minat berwirausaha sebesar 10,87% minat berwirausaha mahasiswa pendidikan akuntansi dikategorikan sangat tinggi, 23,91% dikategorikan tinggi, 39,13% dikategorikan sedang, 19,57% dikategorikan rendah, dan 6,52 dikategorikan sangat rendah.

4.1.2. Temuan Uji Persyaratan Analisis Data

4.1.2.1. Uji Instrumen Penelitian

4.1.2.1.1. Uji Validitas

Tabel 4. 3. Hasil Uji Validitas Angket Sosial Media Tiktok Shop

No. Item	Pearson Correlation R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	0,703	0,2907	0,000	Valid

2	0,689	0,2907	0,000	Valid
3	0,828	0,2907	0,000	Valid
4	0,597	0,2907	0,000	Valid
5	0,663	0,2907	0,000	Valid
6	0,644	0,2907	0,000	Valid
7	0,654	0,2907	0,000	Valid
8	0,463	0,2907	0,001	Valid
9	0,039	0,2907	0,796	Invalid

Sumber: Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 4.3. di atas, dapat diketahui bahwa dari 9 *item* angket sosial media tiktok shop, hanya 8 *item* yang dinyatakan valid dan layak untuk diuji.

Tabel 4. 4. Hasil Uji Validitas Angket Minat Berwirausaha

No.	Pearson Correlation	R Tabel (44)	Nilai	Keterangan
Item	R Hitung		Signifikansi	
1	0,599	0,2907	0,000	Valid
2	0,636	0,2907	0,000	Valid
3	0,382	0,2907	0,009	Valid
4	0,515	0,2907	0,000	Valid
5	0,204	0,2907	0,173	Invalid
6	0,386	0,2907	0,008	Valid
7	0,585	0,2907	0,000	Valid
8	0,576	0,2907	0,000	Valid
9	0,523	0,2907	0,000	Valid

Sumber: Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 4.4. di atas, dapat diketahui bahwa dari 9 *item* angket minat berwirausaha, hanya 8 *item* yang dinyatakan valid dan layak untuk diuji.

4.1.2.1.2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 5. Hasil Uji Reliabilitas Angket Sosial Media TikTok Shop

Reliability Statistics				
	Cronbach's Alpha	N of Items		
	,802	8		

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X 1	28,6957	12,928	,603	,767
X 2	28,5435	13,631	,630	,768
X 3	28,6957	12,128	,735	,744
X 4	29,5217	11,277	,401	,843
X 5	28,6739	13,602	,582	,773
X 6	28,6957	13,505	,618	,768
X 7	28,6522	14,010	,602	,774
X 8	28,3043	15,372	,287	,807

Sumber: Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Dapat dilihat pada tabel 4.5 bahwa dari 8 *item* pada angket sosial media tiktok shop yang telah teruji validitasnya juga merupakan *item* yang reliabel dengan nilai Cornbach Alpha $0,802 > 0,60$ yang artinya layak untuk diuji pada penelitian.

Tabel 4. 6. Hasil Uji Reliabilitas Angket Minat Berwirausaha

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha		N of Items		
,652		8		

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y 1	26,1304	10,560	,483	,584
Y 2	26,1087	10,232	,561	,563
Y 3	26,1522	11,910	,237	,648
Y 4	26,6739	11,869	,116	,699
Y 6	25,8261	12,369	,300	,634
Y 7	26,1087	10,677	,518	,579
Y 8	27,5435	11,365	,245	,652
Y 9	26,0652	11,262	,472	,596

Sumber: Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Dapat dilihat pada tabel 4.6. bahwa dari 8 *item* pada angket minat berwirausaha yang telah teruji validitasnya juga merupakan *item* yang reliabel dengan nilai Cornbach Alpha $0,652 > 0,60$ yang artinya layak untuk diuji pada penelitian.

4.1.2.2. Uji Analisis Data

4.1.2.2.1. Uji Normalitas

Tabel 4. 7. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		46
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,14722083
Most Extreme Differences Absolute		,118

	Positive	,076
	Negative	-,118
Test Statistic		,118
Asymp. Sig. (2-tailed)		,120 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Dapat dilihat pada tabel 4.7 nilai signifikansi sebesar $0,120 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4.1.2.2.2. Uji Linearitas

Tabel 4. 8. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

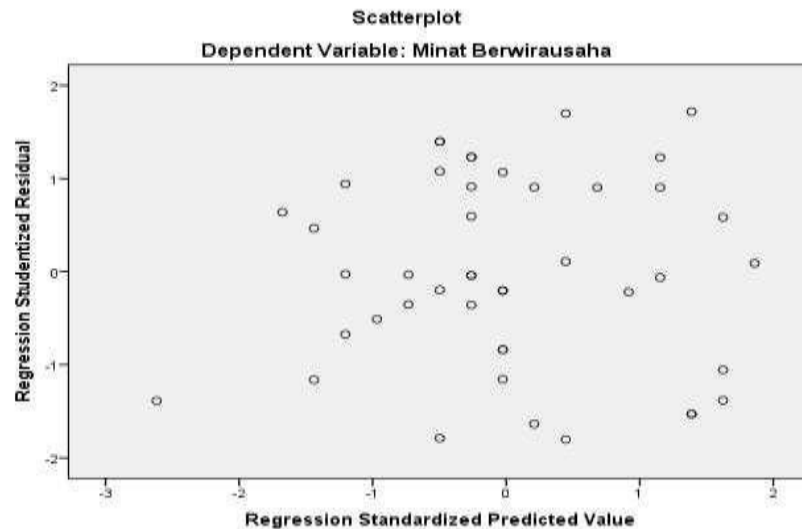
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha * Media Sosial TikTok Shop	Between Groups	(Combined) Linearity	311,463	16	19,466	1,630	,123
		Deviation from Linearity	212,014	1	212,014	17,756	,000
			99,449	15	6,630	,555	,885
	Within Groups		346,276	29	11,941		
Total			657,739	45			

Sumber: Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Dapat dilihat pada tabel 4.8 bahwa nilai *Deviation from Linearity* sebesar $0,885 > 0,05$. Hal ini berarti terdapat hubungan linear antara variabel Sosial Media TikTok Shop (X) dengan variabel Minat Berwirausaha (Y) yang digunakan dalam penelitian ini.

4.1.2.2.3. Uji Heterokedastisitas

Gambar 4. 3. Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar 4. Dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, titik menyebar di atas dan di bawah angka nol. Titik-titik yang ada juga tidak membentuk pola tertentu. Ini mengindikasikan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari heterokedastisitas dan memenuhi asumsi regresi linear sederhana.

4.1.3. Temuan Uji Hipotesis Uji T Penelitian

4.1.3.1. Regresi Linear Sederhana

Untuk menguji hipotesis Uji T penelitian, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 9. Hasil Uji Persial (Uji-T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,227	4,064		3,501	,001

Media Sosial TikTok Shop	,511	,112	,568	4,575	,000
--------------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 4.9. di atas dapat dilihat hasil perhitungan uji t pada tarafsignifikan ialah sebagai berikut:

$$Y = 14,227 + 0,511X$$

Maka dari itu dapat diartikan:

- Nilai konstanta positif sebesar 14,227 menunjukkan pengaruh positif variabel independen (media sosial tiktok shop). Bila variabel independen naik, maka variabel minat berwirausaha juga akan naik.
- Koefisien regresi media sosial tiktok shop sebesar 0,511. Hal ini berarti jika media sosial tiktok shop (X) mengalami kenaikan satu satuan, maka minat berwirausaha (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,511 atau 51,1%.

4.1.3.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,568 ^a	,322	,307	3,18278

a. Predictors: (Constant), Media Sosial TikTok Shop

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Dapat dilihat pada tabel 4.10 bahwa nilai R Square sebesar 0,322. Angka ini menunjukkan bahwa 32,2% dari variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh penggunaan media sosial tiktok shop. Artinya, terdapat hubungan positif antara aktivitas di media sosial TikTok shop dan minat seseorang untuk memulai usaha.

Namun, perlu diingat bahwa masih ada 67,8% variasi minat berwirasaha yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar menggunakan media sosial TikTok Shop.

4.2. Pembahasan

Hasil penelitian ini telah menjawab rumusan masalah yang telah diajukan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sosial Media TikTok Shop berpengaruh terhadap Minat berwirausaha mahasiswa pendidikan akuntansi FKIP UMSU. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji statistik regresi linear sederhana yang telah dilakukan diperoleh F_{hitung} sebesar $20,929 > 5,39$ dengan nilai signifikansi 0,000. Angka signifikansi ini lebih kecil dari 0,025. Berdasarkan hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini, dengan hasil penelitian bahwa

ada pengaruh sosial media tiktok shop (X) terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y), maka H_a diterima dan H_o ditolak. Hasil penelitian ini sesuai dengan ekspektasi peneliti bahwa pemakaian media sosial tiktok shop dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa pendidikan akuntansi FKIP UMSU.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yakni penelitian (Puji Jayadi) dan (Relwandi, Henry dan Christian) menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan minat berwirausaha. TikTok Shop, dengan fitur-fitur uniknya seperti video pendek, efek visual menarik, dan kemudahan berinteraksi, mampu menciptakan lingkungan yang inspiratif dan mendukung bagi calon wirausahawan.

Beberapa faktor-faktor yang mungkin menjelaskan pengaruh TikTok Shop

terhadap minat berwirausaha antara lain:

1. **Efek demonstrasi**, Video-video pendek di TikTok Shop menampilkan berbagai macam produk dan bisnis yang sukses. Hal ini dapat memberikan inspirasi dan motivasi bagi pengguna untuk memulai usaha sendiri.
2. **Komunitas yang suportif**, TikTok Shop memiliki komunitas pengguna yang sangat aktif. Interaksi sosial di dalam komunitas ini dapat memberikan dukungan, informasi, dan umpan balik yang berharga bagi calon wirausahawan.
 3. **Kemudahan akses ke pasar**, TikTok Shop memungkinkan pengguna untuk menjual produk secara langsung kepada konsumen. Hal ini dapat mengurangi hambatan untuk memulai bisnis dan mempercepat proses pengembangan usaha.
 4. **Efektivitas pemasaran**, Fitur-fitur TikTok Shop seperti hashtag, tantangan, dan iklan dapat membantu pengguna menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial TikTok Shop memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Temuan ini didukung oleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,322 yang menunjukkan bahwa 32,2% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh penggunaan TikTok Shop.

Hal ini mengindikasikan bahwa TikTok Shop berperan sebagai platform yang efektif dalam membangkitkan minat individu untuk memulai usaha. Fitur- fitur yang interaktif, kemudahan dalam berjualan, dan eksposur yang luas yang ditawarkan oleh TikTok Shop menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna untuk melihat peluang bisnis dan mencoba berwirausaha.

5.2. Saran

Penelitian Lebih Lanjut: Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan mempertimbangkan variabel-variabel moderasi atau mediasi yang mungkin mempengaruhi hubungan antara penggunaan TikTok Shop dan minat berwirausaha. Misalnya, dapat diteliti pengaruh karakteristik demografis pengguna (usia, jenis kelamin, pendidikan), jenis produk yang dijual, atau durasi penggunaan TikTok Shop terhadap minat berwirausaha

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Tahir, T., Hasan, M., Dinar, M., & Supatminingsuh, T. (2020). Minat dan Perilaku Wirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Pemasaran yang Mengikuti Praktik Bisnis pada Mata Pelajaran Pengelolaan Bisnis Ritel di SMKN 1 Gowa. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 02 No 04(04), 26–34.
- Agustina, D., Hamsani, H., Wulandari, A., & Sulistiana, I. (2022). Pemberdayaan Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan (Lp) Perempuan Kelas Iii Pangkalpinang Melalui Kegiatan Kewirausahaan “Custom Bouquet Handicraft.” *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), 896–905. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.664>
- Annur, C. M. (2023). Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia. *Databoks, Oktober*, 1–2.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- BPS. (2023). *Berita Resmi Statistik*. 77.
- Gultom, N., Sari, N., & Annisa, A. N. (2023). *Dawat una : Journal of Communication and Islamic Broadcasting Penelitian Sejarah Sosial Media Dawat una : Journal of Communication and Islamic Broadcasting*. 3, 1001– 1005. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i3.3024>
- Hafni Sahir, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*.
- Harningsih Fitri Situmorang S.E, M. P. (2022). *Buku Ajar Praktek Kewirausahaan* (R.Sabrina (ed.)). UMSU Press.

- Hartono, B., Siregar, M., & Sriharini, S. (2022). Konsep Integrasi Pendidikan Islam dan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(02), 377–398. <https://doi.org/10.30868/ei.v11i02.2210>
- Hikmah, J. (2020). Paradigm. *Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Inspiratif, M., Nomor, V., Kepribadian, P., Keluarga, L., Teknologi, L., Minat, T., & Minarsih, M. M. (2022). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan lingkungan teknologi terhadap minat berwirausaha remaja lulusan SMA di kelurahan bugangan semarang timur. 8, 120–144.
- Iskandar, I. (2020). Penerapan Metode Pembelajaran Karyawisata Pada Mata Kuliah Kewirausahaan Guna Meningkatkan Antusiasme Belajar Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Pendidikan Tinggi. *Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN*, 9(1), 68–81. <https://doi.org/10.37476/jbk.v9i1.846>
- J. Creswel. (2015). *Riset pendidikan: perencanaan, pelaksanaan, dan Evaluasi Riset Kualitatif & Kuantitatif*.
- Julindrastuti, D., Karyadi, I., & Sulistiani, S. (2022). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 363–368. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i1.424>
- Muhamad, N. (2022). Pengguna Tiktok Terus Bertambah sampai Kuartal I 2024. *Databoks*, 2023–2024.

- nawawi M zuhrinal, D. A. K. (2023). *PENGARUH APLIKAI TIK TOK SHOP TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA MAHASISWA*. 4(1), 88–100.
- Pranyoto, Y. H., & Geli, S. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Kognitif Mahasiswa Sekolah Tinggi Katolik Santo Yakobus Merauke. *Jurnal Masalah Pastoral*, 8(1), 30–
45. <https://doi.org/10.60011/jumpa.v8i1.99>
- Prof.DR.Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATID, KUALITITATIF R&D*.
- Rafiq, A. (2020). *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*. 18–29.
- Risnawati, N. (2021). *Peran Media Sosial Dimasa Pandemi untuk Kemajuan Perekonomian*. 4(1), 35–46.
- Rizal, M. S., & Wijayani, Q. N. (2023). Persepsi Pedagang Konvensional di Pasar Blauran Surabaya Terhadap Tren Implementasi E-Commerce Tiktok Shop. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 1(5), 34–44.
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140.
- <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>
- Saefuloh, D. (2020). Rekognisi Terhadap Peluang Bisnis Online Melalui Media Sosial dan Hubungannya dengan Minat Berwirausaha: Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*,

16(1), 12–23. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1827>

Sari, Raihana, Hasana Mahmudah Hasanah, Ulfah Marya, J. F. (2022). *ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PGSD MELALUI MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN*. 9(2).

Susanti, E., Salsabila, N., & Syabila, T. (2023). Analisis Interaksi Sosial Mahasiswa Pelanggan Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa IPS. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30871–30879. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/11993/9245>

Suwandi, Amelia, Situmorang, M. S., & Parlindungan, S. (2023). Peran Kewirausahaan dalam Membangun dan MemajukanPerekonomian Bangsa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 223–233.

Weriframayeni, A., & Kurnia, Y. (2024). Pengaruh Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Berbelanja Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 21 Universitas Perintis Indonesia, Padang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1–17), 7230–7246. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/10160/7050>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Heni Hafsari
 NPM : 2002070014
 Tempat/Tanggal Lahir : Ledong Timur, 16 Desember 2001
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat : Jl. Gn Singgamata No. 26



Data Orang Tua

Nama Ayah : Misdi
 Nama Ibu : Sumiati
 Alamat : Ledong Timur, Dsn VI

Pendidikan Formal

1. SD Negeri 017138 Ledong Timur Tamat 2013
2. SMP Negeri 1 Aek Ledong Tamat 2016
3. SMK Muhammadiyah 3 Aek Kanopan Tamat 2019
4. Tahun 2020 s/d 2024 tercatat sebagai Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, Agustus 2024

Heni Hafsari

Lampiran 2. Angket Penelitian Sosial Media

ANGKET PENELITIAN (Sosial Media)

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Stambuk :

Petunjuk Pengisian:

1. Isilah terlebih dahulu identitas saudara pada kolom yang telah disediakan
2. Isi angket di bawah ini sesuai dengan penilaian diri anda
3. Setiap jawaban adalah benar, sehingga saudara tidak perlu ragu untuk memberikan jawaban
4. Isilah setiap pernyataan dengan memberikan tanda (√) pada salah satu kolom sesuai dengan ketentuan sebagai berikut:

1. STS = Sangat tidak setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. RG = Ragu-ragu
4. S = Setuju
5. SS = Sangat setuju

No	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1	Saya melihat peluang bisnis di Tiktok shop karena waktunya yang fleksibel cocok bagi saya.					
2	Dengan menggunakan media sosial akan meningkatkan kinerja saya sebagai seorang wirausaha.					

3	Jaringan sosial yang sudah saya miliki di Tiktok shop akan bermanfaat untuk kegiatan wirausaha.					
4	Saya pernah menggunakan Tiktok shop untuk menjual produk atau jasa					
5	Kepercayaan terhadap informasi dari media sosial merupakan peluang bisnis bagi saya.					
6	Kemudahan membandingkan harga produk di media sosial menjadi sebuah peluang bisnis bagi saya.					
7	Kemudahan masyarakat menggunakan teknologi media sosial merupakan peluang bisnis bagi saya.					
8	Menurut saya media sosial itu penting untuk digunakan dalam kegiatan berwirausaha.					
9	Menurut saya media sosial mudah digunakan untuk keperluan berwirausaha					

Lampiran 3. Angket Penelitian Minat Berwirausaha

ANGKET PENELITIAN (MinatBerwirausaha)

Identitas Responden

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Stambuk :

Petunjuk Pengisian:

1. Isilah terlebih dahulu identitas saudara pada kolom yang telah disediakan
2. Isi angket di bawah ini sesuai dengan penilaian diri anda
3. Setiap jawaban adalah benar, sehingga saudara tidak perlu ragu untuk memberikan jawaban
4. Isilah setiap pernyataan dengan memberikan tanda (√) pada salah satu kolom sesuai dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. STS = Sangat tidak setuju
 - b. TS = Tidak Setuju
 - c. RG = Ragu-ragu
 - d. S = Setuju
 - e. SS = Sangat setuju

No	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1	Saya memiliki minat pada TikTok shop untuk berwirausaha					
2	TikTok Shop telah menginspirasi saya untuk menjadi seorang wirausaha					
3	Saya merasa memiliki kemampuan yang					

	cukup untuk menjalankan bisnis sendiri					
4	Saya lebih suka menjadi karyawan dari pada menjadi wirausaha					
5	Saya khawatir dengan risiko kegagalan dalam berwirausaha					
6	Saya merasa senang apabila saya berwirausaha.					
7	Saya akan memilih karir sebagai wirausahawan setelah lulus nanti					
8	Saya merasa kesulitan dalam mencari ide bisnis yang inovatif					
9	Saya sering mencari informasi tentang peluang bisnis di sosial media, termasuk TikTok Shop					

Lampiran 4. Form K1 (Pengajuan Judul)



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
Website : <http://www.fkip.umhu.ac.id> E-mail : fkip@umhu.ac.id

Form K-2

Kepada Yth : Bapak/Ketua & Sekretaris
Program Studi Pendidikan Akuntansi
FKIP UMSU

Asslamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Heni Hafsari
NPM : 2002070014
Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Mengajukan Permohonan persetujuan proyek proposal/risalah/makalah/skripsi sebagai tercantum dibawah ini dengan judul sebagai berikut :

Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Sekaligus saya mengusulkan/menunjuk Ibu :

1. Harningsih Fitri.Situmorang ,SE,M.Pd

DISETUJUI

Sebagai Dosen Pembimbing Proposal/Risalah/Makalah/Skripsi saya

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pengurusan selanjutnya. Akhimya atas perhatian dan Kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Medan, 11 Februari 2024
Hormat Pemohon

HENI HAFSARI

Keterangan :

Dibuat rangkap 3 : - Untuk Dekan/Fakultas
- Untuk Ketua/Sekretaris Program Studi
- Untuk Mahasiswa yang Bersangkutan

Lampiran 5. Form K2



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail : fkip@umsu.ac.id

Form K-1



Kepada Yth : Bapak/Ketua & Sekretaris
Program Studi Pendidikan Akuntansi
FKIP UMSU

Perihal : **PERMOHONAN PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI**

Dengan hormat yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Heni Hafsari
N P M : 2002070014
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
I PK : 3,59

Kredit Kumulatif : 140 SKS

Persetujuan Ketua/Sekret Program Studi	Judul yang Diajukan	Disahkan oleh Dekan Fakultas
	Pengaruh Sosial Media Terhadap minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi	
	Pengaruh Kepercayaan Diri Dengan Kecemasan Berbicara Di Depan umum pada mahasiswa pendidikan Akuntansi Stambuk 2020	
	Pengaruh Keaktifan Organisasi Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Fkip Umsu	

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pemeriksaan dan persetujuan serta pengesahan, atas kesediaan Bapak saya ucapkan terima kasih.

Medan, 11 Febuari 2024
Hormat Pemohon



HENI HAFSARI

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 : - Untuk Dekan/Fakultas
- Untuk Ketua/Sekretaris Program Studi
- Untuk Mahasiswa yang Bersangkutan

Lampiran 6. Form K3



FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
 Mukhtar Basri BA No. 3 Telp. 6622400 Medan 20217 Form : K3

Nomor : 684/II.3.AU /UMSU-02/F/2024

Lamp : ---

Hal : **Pengesahan Proyek Proposal**

Dan Dosen Pembimbing

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menetapkan proyek proposal/risalah/makalah/skripsi dan dosen pembimbing bagi mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Heni Hafsari

NPM : 2002070014

Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Judul Penelitian : Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Pembimbing : Harningsih Fitri Situmorang.,SE.,M.Pd

Dengan demikian mahasiswa tersebut di atas diizinkan menulis proposal/risalah/makalah/skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulis berpedoman kepada ketentuan yang telah ditetapkan oleh Dekan
2. Proyek proposal/risalah/makalah/skripsi dinyatakan **BATAL** apabila tidak sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan
3. Masa daluwarsa tanggal : 19 februari 2025

Medan, 09 Ramadhan 1445 H
19 Maret 2024 M

Wassalam
Dekan

Dra. Hj. Syamsujurnita.,M.Pd.

NIDN 0004066701

Dibuat rangkap 4 (Empat) :

1. Fakultas (Dekan)
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing
4. Mahasiswa yang bersangkutan :
WAJIB MENGIKUTI SEMINAR



Lampiran 7. Berita Acara Bimbingan Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id>
E-mail : fkip@umsu.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Nama : Heni Haf Sari
N P M : 2002070014
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Penelitian : Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha
Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Tanggal	Materi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
7 Feb 2024	Konsultasi judul Penelitian	Hf	
13 Mei 2024	Perbaiki Daftar isi	Hf	
	Memperbaiki latar belakang masalah		
18 Mei 2024	Perbaiki Daftar Pustaka	Hf	
22 Mei 2024	Merapikan Kembali semua isi proposal	Hf	
	ACC. Seminar Proposal	Hf	

Medan, 22 Mei 2024

Diketahui oleh :
Ketua Program Studi *

Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si.

Dosen Pembimbing

Harningsih Fitri Situmorang, S.E, M.Pd

Lampiran 8. Lembar Pengesahan Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL

Panitia Proposal Penelitian Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Strata-1 Bagi

Nama : Heni Hafsari
 NPM : 2002070014
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Dengan ini diterimanya proposal ini, maka mahasiswa tersebut sudah layak melakukan seminar proposal.

Disetujui Oleh,
 Ketua Program Studi
 Pendidikan Akuntansi

Diketahui Oleh,
 Dosen Pembimbing

Dr. Faisal R. Dongoran., M.Si

Harningsi Fitri Situmorang S.E,M,Pd

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya

Lampiran 9. Lembar Pengesahan Hasil Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR PROPOSAL

Proposal yang sudah diseminarkan oleh mahasiswa di bawah ini:

Nama : Heni Hafsari
 NPM : 2002070014
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Penelitian : Pengaruh Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

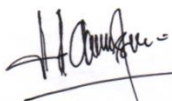
Pada hari Senin, Tanggal 27 Mei 2024 sudah layak menjadi proposal skripsi.

Medan, 27 Mei 2024

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing

Dosen Pembahas


 Harningsi Fitri Situmorang, S.E, M.Pd


 Marijati, S.Pd., M.Ak

Diketahui Oleh,
 Ketua Program Studi


 Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si

Lampiran 10. Berita Acara Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Pada hari Senin, Tanggal 27 Mei 2024 diselenggarakan seminar proposal Prodi Pendidikan Akuntansi menerangkan bahwa:

Nama : Heni Hafsari
NPM : 2002070014
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Penelitian : Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

NO	MASUKAN/SARAN
BAB I	Latar belakang Masalah belum jelas
BAB II	Kerangka teori pendukung variabel penelitian perlu
BAB III	populasi sampel tidak jelas termasuk kisi-kisi instrumen
LAINNYA	perbaiki seluruh BAB. (Major Revisi)
KESIMPULAN	() Disetujui () Ditolak (-) Disetujui Dengan Adanya Perbaikan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke skripsi.

Medan, 27 Mei 2024

TIM SEMINAR

Dosen Pembimbing

Harningsi Fitri Situmorang, S.E., M.Pd.

Dosen Pembahas

Mariati, S.Pd., M.Ak.

Diketahui Oleh,
Ketua Program Studi

Dr. Faisal R. Dongoran., M.Si

Lampiran 11. Surat Izin Riset



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menyalah surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

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

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

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

Nomor : 1761/IL.3.AU/UMSU-02/F/2024 Medan, 19 Muharram 1446 H
Lamp : --- 25 Juli 2024 M
Hal : **Permohonan Izin Riset**

Kepada Yth Ibu Dekan
FKIP UMSU MEDAN
di
Tempat

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Wa ba'du, semoga kita semua sehat wal'afiat dalam melaksanakan kegiatan/aktifitas sehari-hari, sehubungan dengan semester akhir bagi mahasiswa wajib melakukan penelitian/riset untuk pembuatan skripsi sebagai salah satu syarat penyelesaian Sarjana Pendidikan, maka kami mohon kepada Bapak/Ibu memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian/riset di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Adapun data mahasiswa kami tersebut sebagai berikut :

Nama : Heni Hafsari
NPM : 2002070014
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : **Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi**

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaan serta kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih. Akhirnya selamat sejahteralah kita semuanya, Amin.




Dra. Ht. Samsuyurnita, M.Pd
NIDN: 0004066701

****Penting!!****

Lampiran 12. Surat Balasan Riset



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 KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

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

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

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

SURAT KETERANGAN

Nomor :1783/KET/II.3.AU/UMSU-02/F/2024

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Heni Hapsari
N P M : 2002070014
Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Benar telah mengadakan Riset di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara mulai tanggal 25 Juli 2024 s/d 29 Juli 2024 dengan judul :

Pengaruh Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagai mestinya. Selamat sejahteralah kita semuanya, Amin.

Dikeluarkan pada Tanggal :
Medan, 22 Muharram 1446 H
29 Juli 2024 M

Wassalam
Dekan

Dra. Hj. Syamsu Yurnifa, M.Pd.
NIDN. 0004060791



Penting!!



Lampiran 13. Berita Acara Bimbingan Skripsi



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
Website : <http://www.fkip.umstu.ac.id> Email : fkip@umstu.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Nama : Heni Hafsari
N P M : 2002070014
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Penelitian : Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha
Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Tanggal	Materi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
20/07-2024	Perbaiki Hal, 45 & 51 - Pembatasannya ditambah- kan dikit keterangannya.	H	
20/7-2024	Daftar pustaka 3 dosen UMSU.	H	
30/7-2024	Lampiran K ₁ & Daftar Quisioner atau Angket dari mahasiswa.	H	
5/8-2024	Perbaikan revisi Indikator Variabel X dan Y	H	
10/8-2024	Perbaikan revisi bab 4	H	
15/8-2024	Perbaikan Penulisan Perbaikan isi kesimpulan	H	
25/8-2024	Acc sidang meja hijau	H	

Medan, 19 Agustus 2024

Diketahui oleh
Ketua Program Studi

Dr. Faisal Rahman Dongoran, M.Si

Dosen Pembimbing

Harningsih Fitri Situmorang, S.E., M.Pd

Lampiran 14. Surat Pernyataan Keaslian



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heni Hafsari
 NPM : 2002070014
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul di atas belum pernah diteliti di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Penelitian ini akan saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempahkan (dibuat) oleh orang lain dan juga tidak tergolong *Plagiat*.
3. Apabila poin 1 dan 2 di atas saya langgar maka saya bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali.

Demikianlah pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun, dan dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Medan, 31 Juli 2024

Hormat Saya

Yang membuat Pernyataan



Heni Hafsari

Lampiran 15. Turnitin

FILE PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUUSAHA MAHASASISWA PENDIDIKAN AKUNTANSI.docx

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.umsu.ac.id

Internet Source

4%

2

Submitted to IAIN Bengkulu

Student Paper

2%

3

Submitted to IAIN Pontianak

Student Paper

1%

4

Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang

Student Paper

1%

5

Submitted to stipram

Student Paper

1%

6

Submitted to UIN Raden Intan Lampung

Student Paper

<1%

7

Submitted to Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Student Paper

<1%

8

Submitted to Universitas Islam Lamongan

Student Paper

<1%