

Pengaruh Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, Efikasi Diri, dan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19

Laela Novita Urbaningtyas¹, Atiek Sri Purwati², Sugiarto^{3*}, Umi Pratiwi⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

*email: sugiarto@unsoed.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of Motivation, Entrepreneurship Education, Income Expectations, Self-Efficacy, and Digital Marketing on Student Entrepreneurial Interest in the Covid-19 Pandemic Period. The population in this study were undergraduate students of Accounting, Faculty of Economics and Business, Jenderal Soedirman University Class of 2018 and 2019. The sample in this study was 75 accounting students, consisting of 38 students from the 2018 class and 37 students from the 2019 class. The data collection technique in this study was a questionnaire. Data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) Motivation has a positive effect on student interest in entrepreneurship; (2) Entrepreneurship Education has a positive effect on student interest in entrepreneurship; (3) Income Expectations have no effect on students' interest in entrepreneurship; (4) Self-fixation has a positive effect on student interest in entrepreneurship; (5) Digital Marketing has a positive effect on students interest in entrepreneurship.

Keywords: Motivation, Entrepreneurship Education, Income Expectations, Self-Efficacy, Digital Marketing.

JEL: M40, M41

Pendahuluan

Indonesia mempunyai sumber daya alam yang besar, dan juga sumber daya manusia yang banyak. Namun demikian, Indonesia masih menghadapi masalah yang besar dalam bidang kemiskinan dan lapangan kerja. Berdasarkan data dari BPS atau Badan Pusat Statistik di tahun 2020, TPT atau Tingkat Pengangguran Terbuka Sekolah Menengah Kejurusan (SMK) mencapai 13,55 persen, untuk lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebesar 9,86 persen, lulusan Sekolah Menengah Pertama sebesar 6,46 persen, sedangkan lulusan diploma serta universitas masing-masing sebesar 8,08 persen dan 7,35 persen (bps.go.id).

Rata-rata, lulusan perguruan tinggi lebih siap untuk mencari pekerjaan, bukan untuk menciptakan pekerjaan. Masa depan lulusan perguruan tinggi lebih siap untuk mengikuti seleksi pegawai baru, baik dari instansi pemerintah maupun perusahaan swasta, daripada mempersiapkan diri untuk membuka lapangan pekerjaan melalui kewirausahaan, oleh karena itu mahasiswa harus dibimbing dan didukung tidak hanya sebagai pencari kerja tetapi mampu dan bersedia menjadi pencipta lapangan kerja atau wirausaha.

Dampak dari adanya Covid-19 salah satunya banyak pekerja yang terpaksa di PHK serta karyawan yang dirumahkan, sehingga banyaknya masalah pengangguran dan kemiskinan. Salah satu cara untuk memecahkan masalah tersebut adalah dengan berwirausaha. Pembinaan kewirausahaan di kalangan mahasiswa dapat menjadi salah satu alternatif untuk mengurangi pengangguran karena dengan berwirausaha mahasiswa dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri atau menjadi wirausaha setelah lulus. Berbagai bentuk pembelajaran dan pelatihan telah dilakukan oleh para pihak dalam bentuk seminar dan kursus di sekolah bisnis, komunitas wirausaha, Universitas dan sekolah umum termasuk Universitas Jenderal Soedirman. Untuk mewujudkan mahasiswa berwirausaha, Universitas Jenderal Soedirman menyediakan program mata kuliah kewirausahaan wajib dan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis minat berwirausaha berdasarkan faktor motivasi, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, efikasi diri dan *digital marketing* di masa pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan minat berwirausaha sangat penting ditingkatkan mahasiswa sebelum akan meningkatkan jumlah wirausaha dan mengurangi pengangguran di Indonesia. Variabel *digital marketing* juga ditambahkan dalam penelitian ini.

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh motivasi, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi

pendapatan, efikasi diri dan digital marketing terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Jenis penelitian yang digunakan yaitu Kuantitatif dengan metode *Convenience Sampling*. Penelitian ini akan dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman dengan responden penelitiannya yaitu mahasiswa jurusan Akuntansi Angkatan 2018 dan 2019. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, efikasi diri, dan *digital marketing* terhadap minat berwirausaha mahasiswa di masa pandemi Covid-19.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Theory Of Planned Behavior (TPB)

Theory Of Planned Behavior adalah teori yang menekankan rasionalitas perilaku manusia serta keyakinan bahwa perilaku yang ditargetkan berada di bawah kendali sadar individu. Perilaku tidak hanya tergantung pada niat seseorang, tetapi juga pada faktor-faktor lain yang tidak berada dalam kendali individu, seperti ketersediaan sumber daya dan kesempatan untuk mewujudkan perilaku (Ajzen, 2005) dalam (Sintya, 2019).

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) menunjukkan dua keyakinan spesifik, yaitu persepsi kemudahan penggunaan teknologi dan manfaat teknologi yang dirasakan dalam menentukan niat perilaku seseorang pengguna teknologi (Venkatesh, 2000). TAM adalah sebuah teori yang menggambarkan persepsi pengguna teknologi. Persepsi pengguna tersebut akan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan teknologi informasi tersebut.

Motivasi

Motivasi adalah kondisi dalam diri seseorang yang menggerakkan keinginan individu guna melakukan suatu hal tertentu demi mencapai tujuannya (Oktiani, 2017). Banyak orang yang berhasil di bidangnya dikarenakan adanya motivasi yang kuat di dalam diri seseorang dalam mendorong tindakan-tindakannya.

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan adalah suatu proses atau kegiatan untuk menginternalisasikan kewirausahaan melalui lembaga pendidikan formal (sekolah dan perguruan tinggi) dan lembaga informal (lembaga pelatihan) yang bermanfaat dalam kehidupannya, memberikan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan untuk memanfaatkan peluang bisnis (Mardia et al., 2021).

Ekspektasi Pendapatan

Ekspektasi Pendapatan adalah harapan seseorang atas pendapatan yang akan didapatkan dari hasil usaha yang telah dilakukannya untuk memenuhi segala kebutuhan hidup (Sari, 2017). Apabila seseorang mempunyai ambisi untuk mendapatkan penghasilan yang tinggi dengan menjadi wirausaha, hal tersebut dapat meningkatkan keinginan atau mendorong seseorang untuk menjadi seorang wirausaha.

Efikasi Diri

Efikasi diri merupakan perasaan dan keyakinan seseorang tentang kekuatan dan kemampuannya. Seseorang yang memiliki self-efficacy percaya bahwa diri sendiri dapat dengan aman mencapai tujuan tersebut dengan segala kemampuannya. Selain keyakinan, efikasi diri juga diartikan sebagai harapan bahwa usaha seseorang akan selalu berhasil (Branden, 2017).

Digital Marketing

Digital Marketing merupakan peningkatan dari pemasaran secara tradisional yang dilakukan dengan cara flaying, beriklan di media cetak dan televisi. Digital Marketing menjadi sarana untuk melaksanakan promosi produk dan jasa dari para wirausaha siapapun itu (Harini et al., 2021).

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan rasa minat untuk menjadi wirausaha dan mau bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usaha yang sedang dijalaninya (Hasibuan, 2019). Minat berwirausaha

adalah perasaan senang dan tertarik seiring dengan keinginan untuk belajar lebih banyak dan kemudian melakukan segala aktivitas yang berhubungan dengan wirausaha.

Hipotesis

Motivasi berwirausaha bisa dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dengan adanya norma subjektif yaitu suatu tekanan sosial yang dapat dirasakan oleh seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku, tekanan tersebut bisa dari internal maupun eksternal diri seseorang, seperti motivasi. Sehingga semakin besar motivasi yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi juga untuk minat berwirausaha. Sejalan dengan penelitian ini menghasilkan pengaruh positif adalah pada (Sintya, 2019); (Fathiyannida & Erawati, 2021); (Tasidjawa et al., 2021). Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis 1 dalam penelitian ini adalah:

H1: Motivasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha di masa pandemi.

Pendidikan kewirausahaan dengan *Theory of planned behavior* (TPB), yaitu dengan adanya tekanan sosial yang muncul dalam diri seseorang, maka seseorang tersebut memiliki minat untuk memperhatikan seminar, pelatihan yang diadakan oleh berbagai pihak ataupun pada saat perkuliahan mengenai kewirausahaan. Sejalan dengan penelitian ini menghasilkan pengaruh positif adalah pada (Lesmana et al., 2018); (Sintya, 2019); (Hasibuan, 2019). Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis 2 dalam penelitian ini adalah:

H2: Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha di masa pandemi.

Ekspektasi pendapatan bisa dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Komponen kontrol perilaku di dalam kehidupan sehari-hari seseorang menginginkan penghasilan yang tinggi, dan akan mencari cara untuk mendapatkannya dengan berwirausaha dibandingkan menjadi seorang karyawan. Sehingga, muncul sikap dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu berdasarkan ekspektasinya. Sejalan dengan penelitian ini menghasilkan pengaruh positif adalah pada (Hadyastiti et al., 2020); (Setiawan & Malik, 2021); (Wardani et al., 2021). Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis 3 dalam penelitian ini adalah:

H3: Ekspektasi Pendapatan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha di masa pandemi.

Efikasi diri dapat dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Komponen kontrol perilaku pada *theory of planned behavior* digambarkan oleh perasaan individu dalam mengendalikan atau mewujudkan perilaku, dengan melihat pengalaman orang lain dalam kesuksesan hasil kerjanya, seseorang akan tumbuh keyakinan dalam dirinya untuk bisa mengeluarkan usaha yang keras agar meraih kesuksesan dalam pekerjaannya atau berwirausaha. Sejalan dengan penelitian ini menghasilkan pengaruh positif adalah pada (Sintya, 2019); (Adam et al., 2020); (Setia, 2019). Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4: Efikasi Diri berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha di masa pandemic.

Digital marketing dapat dikaitkan dengan *Theory Acceptance Modal* (TAM), dengan adanya kemudahan terhadap penggunaan teknologi dan manfaat teknologi tersebut akan menentukan niat seseorang dalam melakukan sesuatu. Kemudahan dalam pemasaran melalui digital akan memunculkan minat berwirausaha seseorang. Sejalan dengan penelitian ini menghasilkan pengaruh positif adalah pada (Istiqomah, 2021); (Setyaningsih & Sukardi, 2020). Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H5 : Digital Marketing berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha di masa pandemi.

Metoda Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman jurusan Akuntansi S1 angkatan 2018 dan 2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience Sampling*, dengan kriteria mahasiswa yang sudah mengambil Mata Kuliah Kewirausahaan dan Manajemen Pemasaran, jurusan Akuntansi S1 angkatan 2018 dan 2019. Jumlah sampel yang digunakan 75 masing-masing 38 angkatan 2018 dan 37 angkatan 2019.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada mahasiswa Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman guna memperoleh data mengenai Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, Efikasi Diri, Digital Marketing dan Minat Berwirausaha.

Variabel Dependen

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas), variabel ini sering juga disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen (Sugiyono, 2018).

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah keinginan untuk bekerja keras, mandiri, atau memiliki kemauan yang kuat untuk memenuhi kebutuhannya dari kegagalan yang telah dialaminya untuk belajar setiap saat, tanpa takut akan resiko (Hastuti et al., 2020). Untuk mengukur minat berwirausaha terdapat indikator yang digunakan yaitu: jiwa kepemimpinan, perbandingan dengan pekerja lain, tidak ada ketergantungan, membantu lingkungan sosial, berorientasi pada masa depan. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala *Likert* 1-5 pilihan dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Variabel Independen

Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini juga sering disebut dengan variabel stimulus, prediktor, dan antecedent (Sugiyono, 2018).

Motivasi

Motivasi adalah dorongan dari seorang individu yang dapat merangsangnya untuk melakukan tindakan atau sesuatu yang menjadi dasar atau alasan mengapa seseorang berperilaku atau melakukan sesuatu (Husaini, 2013 : 276). Untuk mengukur variabel motivasi terdapat indikator yang digunakan yaitu: laba, kebebasan, impian personal, kemandirian. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala *Likert* 1-5 pilihan dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan merupakan upaya internalisasi jiwa dan mental kewirausahaan baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, training dan sebagainya (Wibowo, 2011 : 30). Untuk mengukur variabel pendidikan kewirausahaan terdapat indikator yang digunakan yaitu: pemahaman materi yang telah diajarkan, penerapan dari teori mata kuliah yang telah dipelajari. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala *Likert* 1-5 pilihan dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Ekspektasi Pendapatan

Ekspektasi Pendapatan adalah harapan seseorang ketika menjadi seorang wirausaha untuk mendapatkan penghasilan yang besar dan tidak terbatas sesuai dengan apa yang diharapkannya, Keberhasilan penghasilan yang diperoleh ketika memulai usaha adalah karena kerja keras dan usaha (Scarborough, Norman., Wilson, Doug., Zimmerer, 2008 : 12). Untuk mengukur variabel ekspektasi pendapatan terdapat indikator yang digunakan yaitu: pendapatan yang tinggi, pendapatan yang tidak terbatas. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala *Likert* 1-5 pilihan dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Efikasi Diri

Efikasi diri adalah keyakinan individu pada kemampuan untuk mengatur dan mengimplementasikan

tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu (Bandura, 1997 : 31). Efikasi diri di dalam penelitian ini terdapat indikator yang digunakan yaitu: melihat orang lain, pengalaman, persuasi sosial, faktor biologis. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala Likert 1-5 pilihan dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Digital Marketing

Digital marketing merupakan segala upaya yang berkaitan dengan pemasaran menggunakan perangkat yang terhubung ke Internet menggunakan berbagai strategi dan media digital. Tujuannya adalah untuk dapat berkomunikasi dengan calon konsumen melalui saluran komunikasi Online (Chakti, 2019 : 11). Untuk mengukur variabel digital marketing terdapat indikator yang digunakan yaitu: *cost transaction, interactive, incentive program, site desing*. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala Likert 1-5 pilihan dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Teknik Analisis Data

Analisis regresi berganda merupakan suatu hubungan secara linier antara dua variabel atau lebih terhadap variabel dependen. Digunakan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen apakah berhubungan positif atau negatif (Ghozali, 2018). Bentuk persamaan dari analisa ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Minat Berwirausaha
α	= Konstanta persamaan regresi
β_1	= Koefisien regresi X1
X1	= Motivasi
β_2	= Koefisien regresi X2
X2	= Pendidikan Kewirausahaan
β_3	= Koefisien regresi X3
X3	= Ekspektasi Pendapatan
β_4	= Koefisien regresi X4
X4	= Efikasi Diri
β_5	= Koefisien regresi X5
X5	= <i>Digital Marketing</i>
ε	= <i>Error</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Tabel 1. Data Sampel Mahasiswa

No	Keterangan	Total	%
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	22	29,3%
	Perempuan	53	70,7%
	Total	75	100%
2	Angkatan		
	2018	38	50,7%
	2019	37	49,3%
	Total	75	100%

Sumber : Data diproses pada tahun 2022

Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Motivasi (M)	75	1	5	3,93	0,4466
Pendidikan Kewirausahaan (PK)	75	1	5	3,90	0,5540
Ekspektasi Pendapatan (EP)	75	1	5	3,93	0,2664
Efikasi Diri (ED)	75	1	5	3,90	0,4211
Digital Marketing (DM)	75	2	5	4,52	0,3582
Minat Berwirausaha (MB)	75	1	5	3,94	0,6171

Sumber : Data diproses pada tahun 2022

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,68189370
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,083
	Negative	-,107
Kolmogorov-Smirnov Z		,926
Asymp. Sig. (2-tailed)		,358

Sumber : Data diproses pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 3 uji normalitas di atas, pada penelitian ini hasil output uji normalitas nilai signifikansinya sebesar 0,358. Maka hasil dari uji normalitas dalam penelitian ini sampel yang diambil mempunyai populasi yang berdistribusi normal dikarenakan nilai signifikansinya lebih dari 0,05.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Motivasi (M)	0,140	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pendidikan Kewirausahaan (PK)	0,276	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Ekspektasi Pendapatan (EP)	0,607	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Efikasi Diri (ED)	0,347	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Digital Marketing (DM)	0,053	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data diproses pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4 di atas hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa 5 variabel dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi yang lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Motivasi (M)	0,442	2,261	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Pendidikan Kewirausahaan (PK)	0,551	1,815	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Ekspektasi Pendapatan (EP)	0,502	1,991	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Efikasi Diri (ED)	0,461	2,171	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Digital Marketing</i> (DM)	0,734	1,363	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data diproses pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 5 di atas hasil multikolinearitas pada 5 variabel dalam penelitian ini memiliki nilai VIF ≤ 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikan
Motivasi (M)	0,667	4,576	0,000
Pendidikan Kewirausahaan (PK)	0,212	2,011	0,048
Ekspektasi Pendapatan (EP)	- 0,209	-0,899	0,372
Efikasi Diri (ED)	0,330	2,178	0,033
<i>Digital Marketing</i> (DM)	0,307	2,021	0,047
Konstanta	3,790	0,748	0,457
<i>Adjusted R Square</i>	0,635		
F hitung	26,712		
F sig	0,000		
*Sig.	< 0,05		

Sumber : Data diproses pada tahun 2022

Berdasarkan Tabel 22 di atas, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = 3,790 + 0,667 M + 0,212 PK - 0,209 EP + 0,330 ED + 0,307 DM + e$$

Uji Goodness of Fit

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 6 yang dapat dilihat di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,635 atau sebesar 63,5%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini yaitu motivasi, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, efikasi diri, dan digital marketing. Sebanyak 36,5% yaitu sisa dari 63,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang terdapat diluar penelitian.

Uji F (Uji Kelayakan Model)

Hasil uji f pada Tabel 6 yang dapat dilihat di atas menunjukkan nilai Fhitung yaitu sebesar 26,712 dan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,000 yang di mana lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu motivasi, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, efikasi diri dan digital marketing memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pada suatu penelitian Uji t tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari masing-masing variabel independen pada variabel dependen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau $\alpha = 0,05$. Hipotesis akan ditolak jika probabilitas $> 0,05$ yang artinya tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan hipotesis akan diterima jika probabilitas $\leq 0,05$. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel 6 menggambarkan t hitung yang dihasilkan dari perhitungan yang dilakukan, sehingga di bawah ini merupakan hasil kesimpulan yang dapat diperoleh:

Tabel 7. Kesimpulan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Keterangan	Hasil
H1	Motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa pada masa pandemi Covid-19	Diterima
H2	Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa pada masa pandemi Covid-19	Diterima
H3	Ekspektasi Pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa pada masa pandemi Covid-19	Ditolak
H4	Efikasi Diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa pada masa pandemi Covid-19	Diterima
H5	<i>Digital Marketing</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa pada masa pandemi Covid-19	Diterima

Sumber : Data diproses pada tahun 2022

Pembahasan

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis pertama penelitian ini menyatakan bahwa variabel motivasi (X1) berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa di masa pandemi Covid-19. Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai koefisien 0,667 dan memiliki nilai t hitung sebesar 4,576 yang di mana angka tersebut lebih besar dibanding t tabel yaitu sebesar 1,994 serta nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hal tersebut yang menandakan bahwa semakin tingginya motivasi yang dimiliki mahasiswa maka minat untuk berwirausaha semakin meningkat juga.

Hal tersebut sesuai dengan Theory of Planned Behavior dengan faktor norma subyektif yang menjelaskan bahwa dari suatu perilaku yang dipengaruhi oleh kekuatan sosial, semakin banyak individu menemukan bahwa referensi sosialnya merekomendasi perilaku, semakin besar kemungkinan individu tersebut merasa tertekan untuk melakukan perilaku tersebut. Dengan adanya dorongan yang diberikan kelompok kepada individu mengenai persepsinya tentang kewirausahaan akan mendorong individu tersebut untuk melakukan wirausaha, dan minat berwirausaha yang dilakukan oleh individu salah satunya disebabkan oleh motivasi yang tumbuh di dalam dirinya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Sintya, 2019), (Fathiyannida & Erawati, 2021), dan (Tasidjawa et al., 2021) yang dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Motivasi akan mendorong kemampuan individu melalui aktivitas tertentu untuk mencapai tujuan. Sehingga hal tersebut menegaskan bahwa semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin tinggi juga minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan (X2) berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa di masa pandemi Covid-19. Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai koefisien 0,212 dan memiliki nilai t hitung sebesar 2,011 dimana angka tersebut lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 1,994 dan memiliki nilai signifikan 0,048 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga hal tersebut yang menandakan bahwa semakin tinggi pemahaman mengenai kewirausahaan baik itu teori maupun praktik maka akan semakin tinggi juga minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Hal tersebut sesuai dengan Theory of Planned Behavior dengan faktor norma subyektif yang mengacu pada tekanan sosial yang muncul dan dengan adanya persepsi kelompok lain mengenai pendidikan kewirausahaan maka individu tersebut terdorong untuk melakukan perilaku tersebut. Ketika individu memiliki pendidikan kewirausahaan yang baik maka individu tersebut cenderung memiliki keyakinan atas perilaku yang akan dilakukan yaitu berwirausaha

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Lesmana et al., 2018), (Sintya, 2019), dan (Hasibuan, 2019) yang dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan dilakukan untuk menumbuhkan pengetahuan, jiwa, sikap, serta nilai kewirausahaan kepada mahasiswa, sehingga semakin tinggi pemahaman mengenai pendidikan kewirausahaan maka semakin tinggi juga minat mahasiswa berwirausaha.

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis ketiga penelitian ini menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan (X3) tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa di masa pandemi Covid-19. Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar -0,209 dan nilai t hitung sebesar -0,899 yang di mana angka tersebut lebih kecil dibanding t tabel sebesar 1,994 serta nilai signifikan sebesar 0,372 dimana angka tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di masa pandemi Covid-19 ditolak.

Berdasarkan dengan theory of planned behavior yang dikaitkan dengan kontrol perilaku yaitu ketika seseorang dengan harapan pendapatan yang lebih tinggi daripada bekerja menjadi karyawan maka seseorang menentukan perilaku yang akan dipilihnya berdasarkan ekspektasinya, namun ternyata dalam penelitian ini tidak terbukti bahwa ekspektasi pendapatan menjadi faktor mahasiswa untuk minat berwirausaha

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Hadyastiti et al., 2020), (Wardani et al., 2021), dan (R. Setiawan & Malik, 2021) yang dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Tetapi hasil dari penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sintya, 2019) dan (Fathiyannida &

Erawati, 2021) yang menyatakan bahwa ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis keempat penelitian ini menyatakan bahwa variabel efikasi diri (X4) berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa di masa pandemi Covid-19. Hasil analisis data menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,330 dan memiliki nilai t hitung sebesar 2,178 dimana angka tersebut lebih besar dibanding t tabel sebesar 1,994 serta memiliki nilai signifikansi 0,033 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa di masa pandemi Covid-19 diterima.

Hal tersebut sesuai dengan Theory of Planned Behavior komponen kontrol perilaku yang digambarkan oleh perasaan individu dalam mengendalikan atau mewujudkan perilaku sehingga terdorong untuk berwirausaha. Seseorang yang semakin tumbuh keyakinan yang ada di dalam dirinya maka semakin bisa mengeluarkan usaha yang keras untuk memulai melakukan pekerjaan atau berwirausaha

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lesmana et al., 2018), (Sintya, 2019), dan (Adam et al., 2020) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Seseorang yang melihat kesuksesan orang lain dalam berwirausaha maka di dalam dirinya akan muncul keyakinan yang tinggi sehingga memiliki minat berwirausaha yang tinggi juga.

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis kelima penelitian ini menyatakan bahwa variabel digital marketing (X5) berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa di masa pandemi Covid-19. Hasil analisis data menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,307 dan memiliki nilai t hitung sebesar 2,021 dimana angka tersebut lebih besar daripada t tabel yaitu 1,994 dan memiliki nilai signifikansi 0,047 dimana angka tersebut lebih kecil dibanding 0,05. Sehingga pengaruh Digital Marketing terhadap minat berwirausaha mahasiswa di masa pandemi Covid-19 diterima.

Berdasarkan dengan teori Technology Acceptance Model yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan teknologi dan manfaat teknologi yang dirasakan dalam menentukan niat perilaku seseorang, dengan kemudahan yang didapatkan oleh teknologi maka akan meningkatkan sikap seseorang untuk melakukan tujuannya dengan mudah sehingga menumbuhkan minat berwirausaha dalam penelitian ini terbukti bahwa digital marketing menjadi faktor mahasiswa untuk minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Setyaningsih & Sukardi, 2020) dan (Istiqomah, 2021) yang dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Dalam hasil penelitian ini menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Simpulan dan Implikasi

Simpulan

1. Motivasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19.
2. Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19.
3. Ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19.
4. Efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19.
5. *Digital marketing* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19.

Implikasi

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa motivasi, pendidikan kewirausahaan, efikasi diri dan digital marketing dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dikaitkan dengan theory of planned behavior, motivasi merupakan faktor utama yang berhasil mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha, dengan motivasi kuat yang dapat diperoleh baik dari luar dan dalam diri mahasiswa akan menumbuhkan minat untuk berwirausaha. Pengaruh kekuatan sosial serta semakin banyak seseorang menemukan bahwa referensi sosialnya merekomendasikan perilaku maka akan semakin terdorong

individu melakukan tindakan.

Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan minat untuk berwirausaha sehingga dapat mengurangi pengangguran dengan membuka lapangan pekerjaan sendiri. Bagi institusi pendidikan tinggi terutama Universitas Jenderal Soedirman, diharapkan dapat memberikan fasilitas mengenai kegiatan berwirausaha untuk mahasiswa sehingga mahasiswa mempunyai pengalaman di bidang wirausaha.

Keterbatasan dan Saran

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup sehingga jawaban yang didapatkan dari responden kurang detail, sehingga diharapkan untuk peneliti berikutnya dapat menerapkan kuesioner yang terbuka. Selain itu, hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa faktor motivasi, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, efikasi diri dan digital marketing hanya dapat menjelaskan minat berwirausaha sebesar 63,5%, terdapat sisa 36,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang terdapat diluar penelitian. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain yang mempengaruhi minat berwirausaha.

Daftar Pustaka

- Adam, E. R., Lengkong, V., & Uhing, Y. (2020). Pengaruh Sikap, Motivasi, Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Feb Unsrat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1), 596–605.
- Ajzen. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2 ed.). Open University Press. Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. Worth Publishers.
- Branden, N. (2017). (2017). *Die 6 säulen des selbstwertgefühls: erfolgreich und zufrieden durch ein starkes Selbst*. Piper ebooks.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing* (Sobirin (ed.)). Celebes Media Perkasa. Fathiyannida, S., & Erawati, T. (2021). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif dan Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata*. 47(4), 124–134. <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Hadyastiti, G. A. M. N., Suryandari, N. N. A., & Putra, G. B. B. (2020). *Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha*. 2(2), 174–187.
- Harini, C., Sri Wulan, H., & Agustina, F. (2021). *Digital Marketing Bagi UMKM*.
- Hasibuan, A. R. (2019). *Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)*. 3, 1–9.
- Hastuti, P., Agung Purnomo, Nurofik, A., Aribowo, H., Hasibuan, A., Ilmi Faried, A., Tasnim, Sudarso, A., Soetijono, I. K., Hadi Saputra, D., & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan Dan Umkm*. In A. Rikki (Ed.), *Journal of Chemical Information and Modeling*. Yayasan Kita Menulis. https://www.researchgate.net/publication/348945167_Kewirausahaan_dan_UMKM
- Husaini, U. (2013). *Manajemen Teori,Praktik, Dan Riset Pendidikan*. PT Bumi Aksara.
- Istiqomah. (2021). Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta. *Socia Akademika*, 7(1), 10– 16.
- Lesmana, I. M. I., Herawati, N. T., & Kurniawan, P. S. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Self Efficacy Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Undiksha). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Mardia, Hasibuan, A., Simarmata, J., Lifchatullaillah, K. E., Saragih, L., Anggusti, D. S. P. M., Purba, B., Noviaastuti, N., & Idah Kusuma Dewi Fhajri Arye Gemilang, S. P. R. T. (2021). *Kewirausahaan*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Oktiani, I. (2017). Kreativitas Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik. *Jurnal Kependidikan*, 5(2), 216–232. <https://doi.org/10.24090/jk.v5i2.1939>
- Sari, P. P. (2017). *Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Angkatan 2013-2014)*. 110265, 110493.
- Scarborough, Norman., Wilson, Doug., Zimmerer, T. (2008). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat.
- Setia, G. O. (2019). Pengaruh Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Dayak di Kecamatan Sungai Melayu Rayak Kabupaten Ketapang Provinsi

- Kalimantan Barat. *Jurnal Farmasi*.
- Setiawan, R., & Malik, A. (2021). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Masyarakat (Studi Kasus Pada Desa Tumpatan Nibung Dusun Vi Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik)*, 3(1), 32–37. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v3i1.4073>
- Setyaningsih, D. I., & Sukardi, H. A. (2020). Analisis Peranan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha (Survey Tempat Kuliner Di Kota Cimahi Kelurahan Cimahi Kecamatan Cimahi Tengah). *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(1), 44. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i1.267>
- Sintya, N. M. (2019). Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal Sains, Akuntansi dan Manajemen*, 1(1), 1–44. <http://journals.segce.com/index.php/JSAM/article/view/31/32>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tasidjawa, S., Amin, M., & Afifudin. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E-Jra*, 10(13), 1–11.
- Venkatesh. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11 (4), 342–365.
- Wardani, K. T., Surindra, B., & Prastyaningtyas, E. W. (2021). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 7, no.03(2), 7.
- Wibowo, A. (2011). *Pendidikan Kewirausahaan (Konsep dan Strategi)* (I). Pustaka Pelajar.