

PENGARUH PENGGUNAAN FACEBOOK TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA SMK GUNA JAYA KECAMATAN KERITANG KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

Nuraisya¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Indonesia
Email Korespondensi: nuraisya@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed at knowing the effect of using Facebook to student entrepreneurial interest at Vocational High School of Guna Jaya, Keritang District, Indragiri Hilir Regency. This research was motivated by some students who did not use Facebook for entrepreneurship, as a place of promotion, and as media to find entrepreneurship sciences that have never been studied. This research used descriptive quantitative method. The samples of this research were 86 students form XI and XII grades. Questionnaire and documentation techniques were used for collecting the data. The data analysis technique used the tests of validity, reliability, normality, linearity, simple linear regression analysis and hypothesis. The results of this research obtained that $r_{\text{observed}} = 0.281$ and r_{table} in significant level 5% ($0.281 > 0.213$). It means that alternative hypothesis (H_a) was accepted and null hypothesis (H_0) was rejected. When $r_{\text{observed}} = 0.281$ was compared with r_{table} in significant level 1% ($0.281 > 0.278$), It means that alternative hypothesis (H_a) was accepted and null hypothesis (H_0) was rejected. Therefore, there was a significant effect of using Facebook to student entrepreneurial interest at Vocational High School of Guna Jaya, Keritang District, Indragiri Hilir Regency.

Keywords: Effect, Using, Facebook, Entrepreneurial, Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara penggunaan Facebook terhadap minat berwirausaha siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini dilatarbelakangi masih adanya siswa yang belum memanfaatkan Facebook untuk berwirausaha, masih ada siswa yang belum menjadikan Facebook sebagai tempat promosi, masih ada siswa yang tidak menggunakan Facebook sebagai media untuk mencari ilmu-ilmu kewirausahaan yang belum pernah dipelajari. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini ada 2 kelas yaitu kelas XI dan XII yang berjumlah 86 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Linearitas, Analisis Regresi linier Sederhana dan Uji Hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang diperoleh $r_0(\text{hitung}) = 0,281$ bila dibandingkan $r_t(\text{tabel})$ pada taraf signifikan 5% ($0,281 > 0,213$) hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian $r_0(\text{hitung}) = 0,281$ bila dibandingkan $r_t(\text{tabel})$ pada taraf signifikan 1% ($0,281 > 0,278$) hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan Facebook terhadap minat berwirausaha siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir.

Kata Kunci: Pengaruh, Penggunaan, Facebook, Minat, Berwirausaha

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman teknologi pun semakin canggih, terutama saat sekarang ini kemajuan teknologi semakin luar biasa disetiap negara. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet sangat mempengaruhi setiap aktivitas manusia baik aktivitas didunia pendidikan, sosial, dan bahkan juga berpengaruh pada aktivitas bisnis. Penggunaan sosial media saat ini sangat tren, hampir setiap orang memiliki sosial media tidak terkecuali siswa. Jaringan *social media* yang populer dikalangan siswa salah satunya adalah *Facebook*. *Facebook* merupakan media sosial yang mampu menghubungkan seseorang dengan orang lain tanpa terhalang oleh jarak, baik dari satu negara bahkan berbeda negara.

Berdasarkan data yang dilansir oleh *We are Social*, jumlah pengguna *Facebook* di Indonesia pada tahun 2019 sekitar 81% dari jumlah populasi, kemudian pada tahun 2020 pengguna *Facebook* meningkat sebanyak 82% dari jumlah populasi. Penggunaan *Facebook* memiliki banyak manfaat yang dapat digunakan bagi para penggunanya, salah satunya adalah sebagai tempat untuk melakukan promosi usaha. Penggunaan *Facebook* bisa memperkecil resiko untuk gagal dan mempermudah untuk memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang

tinggi. Hal ini bisa dijadikan sebagai peluang yang bagus bagi wirausaha kedepannya karena tanpa harus mengeluarkan biaya yang tinggi untuk memasang iklan, membuat banner dan menyewa tempat, penjual sudah bisa mempromosikan barang-barangnya (Alfaruk, 2016). Dalam proses belajar mengajar di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Guna Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir, terdiri dari beberapa mata pelajaran, salah satunya mata pelajaran prakarya dan kewirausahaan. Mata pelajaran ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan jiwa dan perilaku wirausaha. Dengan adanya penggunaan *Facebook* tentunya akan lebih mempermudah pada penumbuhan minat siswa untuk berwirausaha.

Pada dasarnya, minat merupakan seperangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecendrungan-kecendrungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Kasmir, 2009). Minat merupakan faktor pendorong yang menjadikan seseorang lebih giat bekerja dan memanfaatkan setiap peluang yang ada dengan mengoptimalkan potensi yang tersedia.

Di era ekonomi digital seperti sekarang ini, kewirausahaan atau *enterpreneurship* adalah salah satu kata yang sering kita dengar. Secara sederhana inovasi dan melihat suatu peluang dimasa depan. Kewirausahaan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan visi, inovasi dan melihat suatu peluang dimasa depan (Dewi et al., 2020). Menurut Robin kewirausahaan adalah suatu proses seseorang guna mengejar peluang-peluang memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui inovasi tanpa memperhatikan sumber daya yang mereka kendalikan (Darni, 2014).

Kewirausahaan dalam Islam termasuk dalam ranah *muamalah*. Islam memandang kewirausahaan sebagai suatu perniagaan yang bersifat peralihan hak milik produk dan jasa yang bermanfaat dari satu pihak kepada pihak lain melalui jual beli yang diikuti pergantian niat dengan alat pembayaran yang sah., diikuti dengan ucapan ijab kabul menurut sunnatullah dan sunnatulrasul. Secara implisit, Allah SWT menganjurkan kewirausahaan selagi dilakukan atas dasar rela sama rela, tidak merugikan orang lain dan tidak juga dengan jalan yang dilarang. Dalam Surah An-Nisa ayat 29 Allah SWT Berfirman :

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam

perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat ke 29 dari surah An-Nisa diatas membolehkan orang-orang beriman untuk melakukan perniagaan atau berwirausaha dengan cara-cara yang halal. Terutama melalui bentuk usaha ekonomi yang dilakukan atas dasar rela antara pihak yang melakukan transaksi, seperti jual beli yang diharamkan oleh Allah (Suma, 2022).

Minat berwirausaha menurut Yanto adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup, memajukan usaha, atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah kemauan dalam diri seseorang dan kemampuan dalam melihat peluang-peluang usaha untuk dapat memenuhi kebutuhannya dengan mengambil tindakan yang tepat. Minat adalah salah satu hal yang penting saat akan memulai berwirausaha, dengan adanya minat berwirausaha ini seseorang akan lebih bersungguh-sungguh dan bekerja keras untuk mencapai tujuan usahanya, bersedia untuk menanggung segala resiko yang akan dihadapi kedepannya karena tentunya saat memulai berwirausaha akan banyak rintangan yang akan dihadapi.

Berwirausaha dapat dimulai dari cara yang sederhana namun halal, seperti dengan jalan memanfaatkan media sosial *Facebook*. Penggunaan *Facebook* memiliki pengaruh-pengaruh positif maupun negatif. Pengaruh positifnya seperti *Facebook* dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha, hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Septiani dkk, yang berpendapat bahwa faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha yaitu latar belakang ekonomi keluarga, lingkungan pergaulan, dan media sosial (Listiwati, 2020).

Pertumbuhan atau tingkat kewirausahaan di Indonesia masih lebih rendah jika dibandingkan negara lain di Asia Tenggara, dimana jumlah wirausaha Indonesia baru sekitar 3,47% dari total penduduk. Sementara jika dibandingkan seperti Malaysia dan Thailand tingkat kewirausahaannya sudah berada sekitar 4,74% dan 4,26%. Sedangkan Singapura menjadi yang tertinggi yakni sebesar 8,76% (Putra, 2021). Perbandingan persentase tersebut menunjukkan bahwa wirausahawan muda masih tertinggal jauh dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Padahal semakin tinggi tingkat persentase kewirausahaan suatu negara maka akan membuat suatu negara menjadi maju dan dapat menjadi keunggulan daya saing bangsa.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang, setiap siswa memiliki akun *Facebook*, adapun frekuensi siswa membuka aplikasi *Facebook* rata-rata 1 sampai 4 kali dalam sehari, dengan durasi penggunaan paling rendah 1 jam dan paling tinggi lebih dari 3 jam per hari. Aktifitas yang dilakukan siswa bermacam-macam, ada yang menggunakan untuk berkomunikasi dengan teman-temannya, memposting status, dan menggunakan *Facebook* untuk berwirausaha. Beberapa siswa mencoba melakukan penjualan melalui *Facebook*, seperti menjual makanan ringan, dan pakaian, tetapi tidak berlangsung lama, hal ini dikarenakan mereka masih kurang kreatif dalam membuat kalimat-kalimat promosi yang dapat menarik pelanggan untuk membeli produk mereka, belum percaya diri dengan usaha yang dimiliki, dan kurangnya inovasi dalam berwirausaha. Dari hasil observasi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *Facebook* siswa SMK Guna Jaya tinggi tetapi minat berwirausaha siswa masih rendah. Sehubungan dengan penjabaran tersebut, dan berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan di SMK Guna Jaya, maka ditemukan gejala-gejala sebagai berikut :

- a. Masih ada siswa yang belum memanfaatkan *Facebook* untuk berwirausaha
- b. Masih ada siswa yang belum memiliki kreativitas dalam berwirausaha

Masih ada siswa yang belum memiliki inovasi dalam berwirausaha Sehubungan dengan penjabaran diatas, dan berdasarkan gejala-gejala yang ditemukan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Facebook Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir”**.

LITERATUR REVIEW

Facebook

Facebook merupakan salah satu media sosial yang menjadi pilihan banyak orang untuk menjalin komunikasi dengan rekan dan keluarga (Suwartini, 2019). Menurut Evi Nuryani *Facebook* adalah sebuah layanan jejaring sosial di dunia maya yang bisa digunakan untuk mencari teman baru, teman lama, dan lainnya. Para remaja memanfaatkan *Facebook* untuk mempromosikan diri sendiri dengan cara mengupload foto, meng- update status, dan lain sebagainya, selain itu *Facebook* digunakan untuk bisnis online (Nuryani, 2014). Menurut Arifin *Facebook* adalah situs jejaring sosial (social networking) atau disebut juga layanan jaringan secara online, yang memungkinkan penggunanya saling berinteraksi dan berbagi informasi di seluruh dunia (Hanafi & Yasir, 2016). *Facebook* adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2004. *Facebook* diciptakan oleh Mark Zuckerberg bersama temannya Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes (Ziveria, 2017).

Pada awalnya *Facebook* bernama “*The Facebook*“, nama tersebut diambil dari nama lembaran dokumen yang dibagikan kepada setiap pelajar baru di Harvard yang menampilkan profil murid dan karyawan. Dalam waktu 24 jam sejak peluncurannya, 1.200 pelajar Harvard langsung bergabung. Satu bulan kemudian, lebih dari separuh pelajar disana sudah mendaftarkan profilnya. Jaringan *Facebook* kemudian dengan cepat meluas kesekolah lain diwilayah Boston, Rochester, Standford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League. Pada Juni 2004. *Facebook* menyebar ke Standford University di California. Pada Desember 2004 *Facebook* telah memperoleh 1 juta pemakai aktif (Mujahidah, 2013).

Indonesia memegang peranan penting dalam pertumbuhan jumlah pengguna *Facebook*, aktivitas online di media sosial *Facebook* telah mencapai 42,5 juta atau merupakan yang keempat tertinggi didunia (Fahmi, 2016).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *Facebook* adalah suatu layanan jejaring sosial yang paling populer dan digunakan untuk berinteraksidengan sesama pengguna *Facebook* lainnya.

Keunggulan Penggunaan *Facebook*

Facebook merupakan salah satu jenis website yang khusus menyediakan fasilitas untuk membangun jejaring pertemanan melalui internet. Selain berteman, para pengguna *Facebook* dapat memanfaatkan *Facebook* untuk berbisnis, saling berbagi informasi, berbagi foto, dan vidio. *Facebook* memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan platform media sosial lainnya yaitu:

- a. Desain sederhana, dengan desain sederhana mampu dengan cepat mengalahkan pesaingnya yang terlebih dahulu exist
- b. Penempatan iklan yang baik, sehingga tidak mengganggu aktivitas pengguna akun *Facebook*
- c. Menggunakan data sesungguhnya, sangat jarang ditemukan pada *Facebook* ada anggota yang menggunakan data palsu
- d. Privacy, hanya orang-orang yang disetujui saja yang berhak melihat data yang

- ditampilkan
- e. Terdapat aplikasi pihak ketiga, sehingga mampu meningkatkan nilai guna *Facebook*. Terdapat ratusan aplikasi tambahan yang dapat dipasang pada akun *Facebook* seperti game, humor, bisnis, dan lain-lain
 - f. Fitur chatting, berbagi video, foto, tulisan, group, acara, link, dan masih banyak lagi
 - g. Fasilitas menandai foto (tag), memungkinkan untuk memberi tanda pada orang-orang yang terdapat dalam foto dan dapat dihubungkan langsung dengan alamat *Facebooknya*, dan otomatis foto tersebut akan muncul pada halaman orang-orang yang ditandai tersebut
 - h. Dapat menampilkan langsung konten web atau blog yang lain
 - i. Dukungan koneksi secara mobile, sehingga kapan pun dan dimana pun anda berada, selalu dapat mengakses dan mengupdate akun *Facebook* anda
 - j. Setiap aktivitas dapat dikomentari, hanya orang-orang yang ditentukan atau teman saja yang berhak memberikan komentar
 - k. Tersedia fitur Microblogging, sehingga memungkinkan anda menampilkan langsung kondisi atau suasana emosi anda saat itu dengan pesan singkat yang dapat direspon langsung oleh teman-teman anda
 - l. Dapat menulis seperti blog, melalui filter catatan
 - m. Dapat membuat halaman web sendiri, sehingga dapat menginformasikan produk bisnis anda
 - n. Fitur pencarian teman yang canggih dan dapat dicari berdasarkan sekolah, tahun tamat, daerah, kota, dan lain-lain
 - o. Fitur anti spam
 - p. Mendukung 40 lebih format bahasa, yang terpenting mendukung format bahasa Indonesia (Yuhefizard, 2009).

Selain itu *Facebook* memiliki kelebihan sebagai media promosi diantaranya:

- a. Biaya promosi murah
- b. Berteman sambil promosi

Dampak Penggunaan *Facebook*

Facebook mempunyai dampak positif dan negatif. Menurut pendapat Jallei terdapat 6 pengaruh positif akibat penggunaan *Facebook*, yaitu:

- a. Mengetahui Potensi diri
- b. Media promosi
- c. Sarana diskusi
- d. Dapat berinteraksi dengan teman secara mudah
- e. Mempererat silaturahmi dengan teman
- f. Bertukar pikiran dengan sangat mudah dan pertukaran informasi difasilitasi dengan sangat bagus

Sedangkan dampak negatif terhadap penggunaan *Facebook*, diantaranya adalah:

- a. Tidak peduli dengan sekitarnya. Orang yang sudah kecanduan *Facebook* terlalu asyik dengan dunianya sendiri sehingga tidak peduli dengan orang lain dan lingkungan sekitarnya.
- b. Kurangnya sosialisasi dengan lingkungan. Dampak dari terlalu sering dan terlalu lama dalam bermain *Facebook* cukup mengawatirkan bagi perkembangan kehidupan sosial, mereka akan lebih banyak menggunakan waktu didunia maya bersama teman-teman *Facebooknya*, akibatnya kemampuan verbal siswa menurun.

- c. Mengganggu kesehatan. Terlalu banyak duduk didepan monitor tanpa melakukan kegiatan apapun, menyebabkan penyakit mudah datang, terlambat makan dan tidur tidak teratur.
- d. Berkurangnya waktu belajar. Terlalu lama bermain Facebook akan mengurangi jatah waktu belajar siswa sebagai pelajar.
- e. Penipuan. Seperti media lainnya *Facebook* juga rawan terhadap penipuan (Hanafi & Yasir, 2016).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dampak dari penggunaan *Facebook* ini akan berdampak positif jika dimanfaatkan untuk hal-hal yang baik seperti untuk media promosi. Namun dapat juga berdampak negatif apabila penggunaannya terlalu berlebihan dan menyebabkan kecanduan terhadap seseorang yang menggunakannya.

Indikator Penggunaan Facebook

Menurut Christiany Juditha, indikator penggunaan media sosial *Facebook* adalah :

- a. Frekuensi : Kategori frekuensi penggunaan media sosial dikatakan tinggi apabila penggunaan atau membuka akun *Facebook* lebih dari 4 kali dalam sehari, dan dikategorikan rendah apabila 1 kali dalam sehari.
- b. Waktu : Waktu penggunaan *Facebook* yang dikategorikan tinggi, apabila penggunaan *Facebook* lebih dari 3 jam, dan dikategorikan rendah jika penggunaannya kurang lebih 1 jam.
- c. Aktifitas : Kegiatan yang dilakukan selama mengakses media sosial *Facebook* (Juditha, 2011).

Menurut Anthony Mayfield, indikator dari sebuah social media yaitu:

- a. Partisipasi : Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (*feedback*) dari setiap orang yang tertarik.
- b. Keterbukaan : Hampir semua pelayanan social media terbuka untuk umpan balik (*feedback*) dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagi informasi.
- c. Percakapan : Komunikasi yang terjalin dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui *social media* tersebut.
- d. Komunitas : *Social media* memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan efektif.
- e. Saling terhubung : Hampir semua social media berhasil pada saling keterhubung, membuat link pada situs-situs, sumber-sumber lain pada orang-orang (Nurjanah, 2014).

Minat Berwirausaha

Minat adalah kecendrungan seseorang terhadap objek atau suatu kegiatan yang digemari yang disertai dengan perasaan senang, adanya perhatian dan keaktifan berbuat. Minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kecendrungan hati seseorang yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Menurut Sardiman minat adalah suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri (Agrosamdhyo, 2020).

Menurut Crow and Crow mengatatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri (Widodo, 2020). Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan

antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. semakin kuat hubungan tersebut, semakin besar minat. Minat seseorang dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seorang lebih tertarik pada suatu obyek lain. Aktivitas atau kegiatan yang dilandasi dengan minat kemungkinan besar akan berhasil, karena dilakukan dengan rasa senang tanpa paksaan (Widodo, 2020).

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto Kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna untuk orang lain (Dewi et al., 2020). Minat berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Menurut Santoso minat berwirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya (Widodo, 2020).

Minat berwirausaha menurut Fuadi adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta kemauan keras untuk belajar dari kegagalan (Widodo, 2020). Minat berwirausaha akan mampu mendorong seseorang untuk terus berusaha dan semangat dalam melewati semua tantangan, resiko dan memanfaatkan setiap peluang yang ada.

Jenis-Jenis Minat

Menurut Suryabrata jenis-jenis minat ada 4 yaitu sebagai berikut:

- a. Minat primitif. Minat primitif adalah minat yang tidak disadari atau asli dan alamiah belum terpengaruh alam sekitar atau kebudayaan.
- b. Minat kultural adalah sesuatu minat yang terjadi serta terbentuknya dihasilkan atas pengaruh kebudayaan atau kultural.
- c. Minat subyektif adalah perasaan yang menyatakan bahwa pengalaman-pengalaman yang dapat dihitung dan bersifat menyenangkan
- d. Minat obyektif adalah reaksi yang bersifat menerima reaksi positif terhadap obyek yang merangsang dan kegiatan dalam lingkungannya (Mustofa & Roniwijaya, 2013).

Menurut Sukardi Ketut macam-macam minat adalah minat yang diekspresikan, diwujudkan, dan diinventarisasikan.

- a. Expressed Interest (minat yang diekspresikan), yaitu minat yang diungkapkan dengan kata-kata tertentu atau diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seseorang lebih menyukai sesuatu daripada hal lain.
- b. Manifest Interest (minat yang diwujudkan), yaitu minat yang diwujudkan dengan tindakan, perbuatan, dan ikut serta berperan aktif dalam aktivitas tertentu.
- c. Inventoried Interest (minat yang diinventarisasikan), yaitu minat yang dapat diukur dan dinilai melalui kegiatan menjawab sejumlah pertanyaan tertentu atau urutan pilihannya untuk kelompok aktivitas tertentu (Mustofa & Roniwijaya, 2013).

Berdasarkan jenis-jenis minat yang dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga jenis minat yaitu minat yang dapat diekspresikan, minat yang dapat diwujudkan, dan minat yang dapat diukur.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat

Minat seseorang untuk berwirausaha bisa berkembang karena ada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Adapun minat untuk berwirausaha dikalangan generasi muda dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah (Sari & Rahayu, 2020):

- a. Lingkungan keluarga dan masyarakat, semakin kondusif lingkungan keluarga maka akan semakin mendorong seseorang untuk menjadi seorang wirausaha.
- b. Pendidikan, jika pendidikan kewirausahaan memadai maka seseorang akan siap untuk menjadi seorang wirausaha.
- c. Ketersediaan layanan internet (e-commerce), seseorang akan tertarik untuk menjadi wirausaha karena tersedianya infrastruktur internet yang baik dan murah.

Menurut Septiarini dkk, berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu :

- a. Latar belakang ekonomi keluarga
- b. Lingkungan pergaulan
- c. Media sosial (Listiawati, 2020)

Maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha bisa berasal dari lingkungan keluarga, pendidikan, dan adanya penggunaan sosial media.

Indikator Minat Berwirausaha

Menurut Purnomo, indikator minat berwirausaha antara lain :

- a. Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup
- b. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri
- c. Sikap jujur, dan tanggung jawab
- d. Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja, dan berusaha
- e. Pemikiran yang kreatif, dan konstruktif
- f. Berorientasi ke masa depan, dan berani mengambil risiko (Mardia, 2021).

Pengaruh Penggunaan Facebook Terhadap Minat Berwirausaha Siswa

Menurut Fuadi minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan untuk belajar dari kegagalan. Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan untuk mencapai kemajuan usahanya, kemudian menanggung macam-macam resiko berkaitan dengan tindakan yang dilakukannya (Rahayu & Laela, 2018).

Minat berwirausaha seseorang bisa muncul karena ada faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya minat untuk berwirausaha menurut Mesiana Listiawati, dkk antara lain adalah pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial (Listiawati, 2020). Hal ini berarti media sosial termasuk didalam faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Hadirnya sosial media yang didukung oleh kekuatan internet saat ini mendukung keberhasilan promosi suatu usaha atau produk dengan mudah, cepat, dan murah, bahkan tanpa modal sama sekali, dan jangkauannya yang luas dan hampir tidak terbatas. Salah satu media online yang bagus untuk dijadikan media promosi untuk para wirausaha salah satunya adalah *Facebook*.

Penggunaan *Facebook* sebagai media promosi memberikan dampak positif bagi para siswa yang tengah mencoba dunia kewirausahaan, mereka melakukan branding lewat situs-situs jejaring sosial tersebut, membangun reputasi, memperkenalkan merek bisnis dan meningkatkan pelanggan. Hal tersebut dirasa mudah dengan hadirnya fasilitas yang mendukung untuk mengunggah foto, video, dan lain sebagainya. Promosi ini dinilai sangat menguntungkan bagi produsen, karena hanya dengan mengunggah foto-foto produk yang dijual, dan mengetag teman-teman yang ada pada daftar pertemanan kita, otomatis teman tersebut bisa melihat gambar produk yang kita tawarkan. Karena kemungkinan besar mahasiswa yang punya akun akan membuka foto yang telah kita tandai profilnya, publikasi bisa dilakukan tanpa biaya (Ziveria, 2017).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penggunaan *Facebook* dapat memberikan kemudahan bagi siswa untuk memulai mempromosikan usahanya dengan biaya yang relatif murah.

METODE

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif adalah menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (Penggunaan *Facebook*) dan variabel terikat (Minat Berwirausaha). Subjek penelitian ini adalah siswa-siswi SMK Guna Jaya Kelas XI dan XII. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah Pengaruh Penggunaan *Facebook* Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir Riau.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Siswa kelas XI dan XII SMK Guna Jaya tahun pelajaran 2020/2021 dengan jumlah siswa 86 orang. Adapun kelas X tidak menjadi populasi didalam penelitian karena belum mempelajari mata pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2017). Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah Sampling Total yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil (Sugiyono, 2018). Berdasarkan pernyataan di atas sampel yang di ambil berjumlah 86 orang, maka penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan sampling total.

Teknik Pengumpulan Data Angket (Kuesioner)

Angket merupakan teknik pengumpulan data data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, pengumpulan data yang dilakukan secara tertutup dan bersifat langsung karena responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan dan sesuai dengan pendapatnya. dalam teknik ini responden diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data tentang penggunaan *Facebook* dan minat berwirausaha. Angket ini disusun menggunakan angket model skala *Likert*.

Dokumentasi

Teknik dokumentasi ialah teknik pengumpulan data, dimana sumber informasinya berupa bahan-bahan tertulis/tercatat. Dokumentasi peneliti peroleh dari pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini, yang berguna untuk mengetahui sejarah sekolah SMK Guna Jaya, jumlah siswa, dan segala hal yang berhubungan dengan administrasi sekolah SMK Guna Jaya.

Uji Coba Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validasi merupakan sejauh mana alat ukur benar-benar cocok atau sebagai alat ukur yang diinginkan. Instrument yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk melihat ukuran yang valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015). Analisis ini digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan. Apakah dalam hipotesis tersebut terdapat pengaruh atau tidak antara penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha Siswa SMK Guna Jaya. Instrumen validitas diukur dengan menggunakan rumus *product moment*, yaitu sebagai berikut (Riduwan, 2022):

$$R_{xy} = \frac{N \sum XF - (\sum X)(\sum F)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum F^2 - (\sum F)^2]}}$$

Keterangan:

- r = Angka indeks korelasi “t” *product moment*
- N = Sampel
- \sum_{xy} = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y
- \sum_x = Jumlah seluruh skor X
- \sum_y = Jumlah seluruh skor Y

Menentukan valid atau tidak validnya data yang diperoleh, dapat dibandingkan dengan “r” hitung “r” tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.⁵⁰

Tabel 1 Validitas Penggunaan Facebook

| Nomor Instrumen | Person Correlation R Hitung | R Tabel | Nilai Signifikan | Keterangan |
|-----------------|-----------------------------|---------|------------------|------------|
| 1 | 0,569 | 0,444 | 0,009 | Valid |
| 2 | 0,458 | 0,444 | 0,042 | Valid |
| 3 | 0,542 | 0,444 | 0,014 | Valid |
| 4 | 0,484 | 0,444 | 0,031 | Valid |
| 5 | 0,511 | 0,444 | 0,021 | Valid |
| 6 | 0,656 | 0,444 | 0,002 | Valid |
| 7 | 0,590 | 0,444 | 0,006 | Valid |
| 8 | 0,761 | 0,444 | 0,000 | Valid |
| 9 | 0,581 | 0,444 | 0,007 | Valid |
| 10 | 0,489 | 0,444 | 0,029 | Valid |
| 11 | 0,458 | 0,444 | 0,042 | Valid |
| 12 | 0,493 | 0,444 | 0,027 | Valid |

| | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|
| 13 | 0,462 | 0,444 | 0,040 | Valid |
|----|-------|-------|-------|-------|

Berdasarkan Tabel III. 1 Uji validitas instrumen diujikan kepada 20 responden, uji coba instrumen terdiri dari 13 pernyataan untuk Penggunaan *Facebook* dengan jumlah 5 alternatif jawaban. Untuk menentukan nilai “r” tabel digunakan $df = N - nr$ yang berarti $df = 20 - 2 = 18$. Dari tabel nilai koefisien korelasi signifikan 5% diketahui nilai “r” sebesar 0,444. Dapat dilihat bahwa semua item yang diuji memiliki nilai r hitung kurang dari r tabel = 0,444 yang artinya 13 item pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

Tabel 2 Validitas Minat Berwirausaha

| Nomor Instrumen | Person Correlation R Hitung | R Tabel | Nilai Signifikan | Keterangan |
|-----------------|-----------------------------|---------|------------------|------------|
| 1 | 0,473 | 0,444 | 0,035 | Valid |
| 2 | 0,680 | 0,444 | 0,001 | Valid |
| 3 | 0,610 | 0,444 | 0,004 | Valid |
| 4 | 0,902 | 0,444 | 0,000 | Valid |
| 5 | 0,839 | 0,444 | 0,000 | Valid |
| 6 | 0,945 | 0,444 | 0,000 | Valid |
| 7 | 0,719 | 0,444 | 0,000 | Valid |
| 8 | 0,671 | 0,444 | 0,001 | Valid |
| 9 | 0,451 | 0,444 | 0,046 | Valid |
| 10 | 0,835 | 0,444 | 0,000 | Valid |
| 11 | 0,859 | 0,444 | 0,000 | Valid |
| 12 | 0,790 | 0,444 | 0,000 | Valid |
| 13 | 0,907 | 0,444 | 0,000 | Valid |
| 14 | 0,890 | 0,444 | 0,000 | Valid |

Berdasarkan Tabel III. 2 Uji validitas instrumen diujikan kepada 20 responden, uji coba instrumen terdiri dari 14 pernyataan untuk Minat Berwirausaha dengan jumlah 5 alternatif jawaban. Untuk menentukan nilai “r” tabel digunakan $df = N - nr$ yang berarti $df = 20 - 2 = 18$. Dari tabel nilai koefisien korelasi signifikan 5% diketahui nilai “r” sebesar 0,444. Dapat dilihat bahwa semua item yang diuji memiliki nilai r hitung kurang dari r tabel = 0,444 yang artinya 14 item pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2018). Data reliabel menurut Sekaran dalam buku Duwi Prayetno realibilitas data kuang dari 0,5 adalah kurang baik, sedangkan data yang dikatakan reabil di atas 0,6 dan 0,7 yaitu baik (Priyatno, 2016).

Tabel 3 Uji Realibilitas Penggunaan Facebook

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,786 | 13 |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 23

Nilai Cronbach's Alpha adalah 0,786 artinya $0,786 > 0,5$ maka dapat

disimpulkan bahwa variabel X (Penggunaan *Facebook*) dinyatakan reliable serta layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 4 Uji Realibilitas Minat Berwirausaha

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,944 | 14 |

Nilai Cronbach's Alpha adalah 0,944 artinya $0,944 > 0,5$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Y (Minat Berwirausaha) dinyatakan reliable serta layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Teknik Analisis Data Analisis Deskriptif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif kuantitatif. Statistik deskriptif merupakan kegiatan statistik yang dimulai dari menghimpun data, menyusun atau mengukur data, mengolah data, menyajikan dan menganalisis data jangka panjang guna memberikan gambaran tentang suatu gejala, peristiwa, dan keadaan (Hartono, 2011). Teknik analisis data ini digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha siswa. Data yang telah dipresentasikan kemudian direkapitulasikan dengan kriteria sebagai berikut :

- c. 0-20% dikategorikan Sangat lemah
- d. 21% - 40% dikategorikan Lemah
- e. 41% - 60% dikategorikan Cukup
- f. 61% - 80% dikategorikan Kuat
- g. 81% - 100% dikategorikan Sangat Kuat (Riduwan, 2022).

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak (Nuryadi et al., 2017). Uji Linieritas. Uji linearitas bertujuan untuk menentukan apakah data bersifat linear atau tidak linear sebagai syarat untuk dapat melakukan analisis data dalam pengujian statistik lebih lanjut. Hipotesis yang diuji adalah:

H_a : Distribusi data yang diteliti mengikuti bentuk linier.

H_o : Distribusi data yang diteliti tidak mengikuti bentuk yang linier.

Menurut Duwi Priyatno jika nilai signifikansi pada *F Linearity* (probabilitas) kurang dari 0,05 maka hubungan kedua variabel adalah linear (Nuryadi et al., 2017)

- a. Jika probabilitas > 0.05 H_a ditolak H_o diterima.
- b. Jika probabilitas < 0.05 H_a diterima H_o ditolak.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Data yang telah terkumpul akan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana, regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen, yaitu pengaruh penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha Siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir, Persamaan analisis regresinya sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\hat{Y} : Variabel dependent (variabel terikat dipengaruhi) a : Konstanta interpersi

b : Koefisien

X : Variabel Independen (variabel bebas mempengaruhi) (Febaliza & Afdal, 2015).

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan keputusan menerima atau menolak hipotesis. Hipotesis Asosiatif adalah suatu pernyataan yang menunjukkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Korelasi Product Moment* untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua varibel, yang rumusnya adalah (Yani et al., 1995):

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji Normalitas

Dasar pengambil keputusan sebagai berikut :

a. Menentukan Hipotesis

b. H_0 = Data memiliki distribusi tidak normal H_a = Data memiliki distribusi normal

Kriteria Pengujian

a. Jika nilai sig Kolmogrov Smirnov > 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal

b. Jika nilai sig Kolmogrov Smirnov < 0,05 maka data penelitian berdistribusi tidak normal

Tabel 5 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 86 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 8,62859692 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,059 |
| | Positive | ,055 |
| | Negative | -,059 |
| Test Statistic | | ,059 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{c,d} |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 23

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan yakni, 0,200. Jadi nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari alpha sign Kolmogrov Smirnov, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan data tersebut dapat dilanjutkan keanalisis selanjutnya.

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui linearitas data sebagai prasyarat data dalam pengujian statistik lebih lanjut, adapun dasar pengambilan keputusan atau kriteria uji linear yaitu membandingkan nilai signifikan dengan 0,05.

a. Jika nilai deviation from linearity sig > 0,05 maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.

b. Jika nilai deviation from linearity sig < 0,05, maka tidak terdapat hubungan yang

linear antara variabel independent dengan variabel dependent. Melalui bantuan SPSS versi 23 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6 Deviation From Linearity Anova Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Penggunaan Facebook * Minat Berwirausaha | Between Groups | (Combined) | 3471,146 | 26 | 133,506 | 1,576 | ,075 |
| | | Linearity | 547,147 | 1 | 547,147 | 6,458 | ,014 |
| | | Deviation from Linearity | 2923,999 | 25 | 116,960 | 1,380 | ,155 |
| | Within Groups | | 4998,807 | 59 | 84,726 | | |
| | Total | | 8469,953 | 85 | | | |

Sumber: Data Olahan SPSS versi 23

Berdasarkan output SPSS diperoleh nilai Deviation From Linearity $\text{sig} = 0,155 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara penggunaan *Facebook* dengan minat berwirausaha.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Data yang telah terkumpul dan telah di uji kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana, untuk mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu pengaruh penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha siswa.

Tabel 7 Uji Regresi Linear Sederhana

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 37,181 | 5,382 | | 6,909 | 000 |
| | Penggunaan Facebook | ,254 | ,106 | ,254 | 2,409 | 018 |

Berdasarkan tabel IV. 35 diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bx$$

$$\hat{Y} = 37,181 + 0,254X$$

Keterangan :

\hat{Y} : Variabel dependent (variabel terikat dipengaruhi) a : Konstanta interpersi

b : Koefisien

X: Variabel Independen (variabel bebas mempengaruhi)

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar 37,181 artinya jika Penggunaan *Facebook* (variabel X) nilainya adalah 0, maka minat berwirausaha siswa (variabel Y) nilainya adalah 37,181, artinya jika penggunaan *Facebook* mengalami peningkatan 1 maka minat berwirausaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,254. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif

antara penggunaan *Facebook* dengan minat berwirausaha siswa. Semakin besar penggunaan *Facebook* maka akan semakin meningkatkan minat berwirausaha siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang Indragiri Hilir.

Uji Hipotesis Pengaruh Penggunaan *Facebook* Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha : Ada pengaruh penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha siswa SMK Guna Jaya

Ho: Tidak ada pengaruh penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha siswa SMK Guna Jaya

Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 23 dan diperoleh output sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Kolerasi Product Moment Correlations

| | | Penggunaan Facebook | Minat Berwirausaha |
|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| Penggunaan Facebook | Pearson Correlation | 1 | ,281** |
| | Sig. (2-tailed) | | 0,009 |
| | N | 86 | 86 |
| Minat Berwirausaha | Pearson Correlation | ,281** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,009 | |
| | N | 86 | 86 |

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

Sumber: Data Olahan SPSS versi 23

Berdasarkan tabel IV.36 hasil perhitungan uji korelasi tersebut diperoleh nilai *r* (*pearson correlation*) dari korelasi penggunaan *Facebook* (variabel X) dengan minat berwirausaha (variabel Y) adalah sebesar 0,281 dengan tingkat probabilitas 0,009. Oleh karena probabilitas lebih kecil dari 0.05, maka Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh antara penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir.

Pengujian hipotesis ini juga dapat dilakukan dengan membandingkan *r* hitung dengan *r* tabel dengan cara :

$$df = N-2 \quad df = 86-2$$

$$df = 84$$

Nilai *r* tabel *product moment* diperoleh sebagai berikut: *r*_t (tabel) pada taraf signifikan 5% = 0, 213 *r*_t (tabel) pada taraf signifikan 1% = 0, 278 Hasil tersebut menunjukkan bahwa:

- c. $r_o = 0,281$ bila dibandingkan r_t (tabel) pada taraf signifikan 5% ($0,281 > 0,213$) hal ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima
- d. $r_o = 0,278$ bila dibandingkan r_t (tabel) pada taraf signifikan 1% ($0,281 > 0,278$) hal ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang

Kabupaten Indragiri Hilir.

Pembahasan

Berdasarkan data Rekapitulasi Hasil Angket Penggunaan *Facebook*, dapat diketahui dari 86 responden paling banyak menanggapi “setuju” sebanyak 29%, dan yang paling rendah menanggapi “sangat tidak setuju” sebanyak 9%. Pada data Rekapitulasi Hasil Angket minat berwirausaha siswa, dari 86 responden yang paling banyak menanggapi “setuju” sebanyak 38%, dan yang paling rendah menanggapi “sangat tidak setuju” sebanyak 1%. Dari kedua hasil rekapitulasi data tersebut, pada variabel penggunaan *Facebook* skor yang didapatkan yaitu 65,3% berada pada rentang 61%- 80% , sedangkan Minat Berwirausaha siswa skor yang didapatkan yaitu 76% berada pada rentang 61%- 80%. Skor yang didapatkan kedua variabel dapat dikategorikan kuat. Berdasarkan uji validitas variabel Penggunaan *Facebook* (X) dan variabel Minat Berwirausaha Siswa (Y), keseluruhan butir angket dinyatakan valid, karena telah memenuhi kriteria R tabel pada tingkat signifikan 5% dengan uji 2 sisi, dan R hitung > R tabel.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan teknik korelasi alfa cronbach, memenuhi kriteria r tabel pada taraf signifikan 5% R hitung > R tabel, pada variabel X diperoleh nilai sebesar 0,786 artinya $0,786 > 0,5$ kemudian pada variabel Y sebesar 0,944 artinya $0,944 > 0,5$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan *Facebook* dan minat berwirausaha siswa dinyatakan reliable. Berdasarkan output SPSS diperoleh nilai Deviation From Linearity sig = $0,155 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara penggunaan *Facebook* dengan minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil uji normalitas , dapat diketahui bahwa nilai signifikan yakni, 0,200. Jadi nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari alpha sign Kolmogrov Smirnov, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Berdasarkan uji persamaan regresi linear sederhana diperoleh Persamaan regresi konstanta sebesar 37,181 artinya jika Penggunaan *Facebook* (variabel X) nilainya adalah 0,254 maka minat berwirausaha siswa (variabel Y) nilainya adalah 37,181, artinya jika penggunaan *Facebook* mengalami peningkatan 1 maka minat berwirausaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,254. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara penggunaan *Facebook* dengan minat berwirausaha siswa.

Hasil perhitungan uji korelasi tersebut diperoleh nilai r (*pearson correlation*) dari korelasi penggunaan *Facebook* (variabel X) dengan minat berwirausaha (variabel Y) adalah sebesar 0,281 dengan tingkat probabilitas 0,009. Oleh karena probabilitas lebih kecil dari 0.05, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif atas penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha. hal ini dibuktikan dengan hasil uji persamaan regresi linear sederhana diperoleh Persamaan regresi konstanta sebesar 37,181 artinya jika Penggunaan *Facebook* (variabel X) nilainya adalah 0,254 maka minat berwirausaha siswa (variabel Y) nilainya adalah 37,181, artinya jika penggunaan *Facebook* mengalami peningkatan 1 maka minat berwirausaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,254. Kemudian berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi tersebut diperoleh nilai r (*pearson correlation*) dari korelasi penggunaan *Facebook* (variabel

X) dengan minat berwirausaha (variabel Y) adalah sebesar 0,281 dengan tingkat probabilitas 0,009. Oleh karena probabilitas lebih kecil dari 0.05, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara penggunaan *Facebook* terhadap minat berwirausaha siswa SMK Guna Jaya Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir.

REFERENSI

- Agrosamdhyo, R. (2020). *Objektivitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha*. Media Sains Indonesia.
- Alfaruk, M. H. (2016). Pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 164–172.
- Darni. (2014). *Pengantar Bisnis*. Benteng Media.
- Dewi, K., Yaspita, H., & Yulianda, A. (2020). *Manajemen Kewirausahaan*. Deepublish.
- Fahmi, I. (2016). *Kewirausahaan (Teori, Kasus dan Solusi)*(Asakir. CV. Alfabeta.
- Febliza, A., & Afdal, Z. (2015). *Statistika Dasar Penelitian Pendidikan*. Pekanbaru: Adefa Grafika.
- Hanafi, M., & Yasir, Y. (2016). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Fisip Universitas Riau*. Riau University.
- Hartono, H. (2011). *Statistik Untuk Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Juditha, C. (2011). Hubungan penggunaan situs jejaring sosial facebook terhadap perilaku remaja di kota Makassar. *Jurnal Penelitian Iptek-Kom*, 13(1), 1–23.
- Kasmir. (2009). *Kewirausahaan*. PT Raja Grafindo.
- Listiawati, M. (2020). *Pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha di mahasiswa FKIP UNS*.
- Mardia, D. (2021). *Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Mujahidah, M. (2013). Pemanfaatan jejaring sosial (facebook) sebagai media komunikasi. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 15(1), 145555.
- Mustofa, A., & Roniwijaya, P. (2013). The Effect of Industrial Work Performance Practice and Performance Automotive Electrical Prakti entrepreneurial n Against Interests Automotive Mechanics Class XII Smk Diponegoro Depok Sleman. *Jurnal Taman Vokasi*, 1(2).
- Nurjanah, S. (2014). Pengaruh penggunaan media sosial facebook terhadap perilaku cyberbullying pada siswa SMAN 12 Pekanbaru. *Jom Fisip*, 1(2).
- Nuryadi, N., Astuti, D., Utami, S., & M Budiantara, M. B. (2017). *Dasar-dasar statistik penelitian*. Gramasurya.
- Nuryani, E. (2014). Hubungan intensitas mengakses facebook dengan motivasi belajar siswa sma negeri 2 tenggarong seberang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 178–192.
- Priyatno, D. (2016). *SPSS handbook*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putra, D. A. (2021). *Jumlah Wirausaha Indonesia Jauh di Bawah Malaysia dan Thailand*. Merdeka. Com. Diambil.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh minat berwirausaha dan penggunaan sosial media terhadap kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203–216.
- Riduwan, M. B. A. (2022). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*.
- Sari, B., & Rahayu, M. (2020). Artikel Jurnal “Pengaruh Lingkungan Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan E-Commerce Pada Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UPI YAI.” *IKRAITH-EKONOMIKA Vol. 3 No. 2*

- Bulan Juli 2020, 3(2), 20–29.*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono | OPAC Perpustakaan Nasional RI.* Sugiyono.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Alfabeta.
- Sugiyono, D. R. (2015). Statistika untuk penelitian [Statistic for research]. *Alfabeta, Bandung (2012.)(in Bahasa Indonesia).*
- Suma, M. A. (2022). *Tafsir Ayat Ekonomi: Teks, Terjemah, dan Tafsir.* Amzah.
- Suwartini, S. (2019). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan.* PT. Gramindo.
- Widodo, I. H. D. S. (2020). *Membangun Startup Entrepreneur yang Unggul.* Penebar Media Pustaka.
- Yani, J. A., Mangkunegara, A., & Aditama, R. (1995). Sugiyono. 2017, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, Diktat Ku.*
- Yuhefizard. (2009). *Berteman dan Berbisnis Lewat Facebook.* PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Ziveria, M. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Efektif Pendukung Kegiatan Perkuliahan di Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis Kalbe. *Jurnal Sains Dan Teknologi, 4(2), 169–178.*