

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT WIRAUSAHA

***COFFEE SHOP* DI KECAMATAN BANGUN PURBA**

KABUPATEN DELI SERDANG

SKRIPSI

OLEH :

ALVINA YULIANDA

188220101



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 2/6/26

Access From (repositori.uma.ac.id)2/6/26

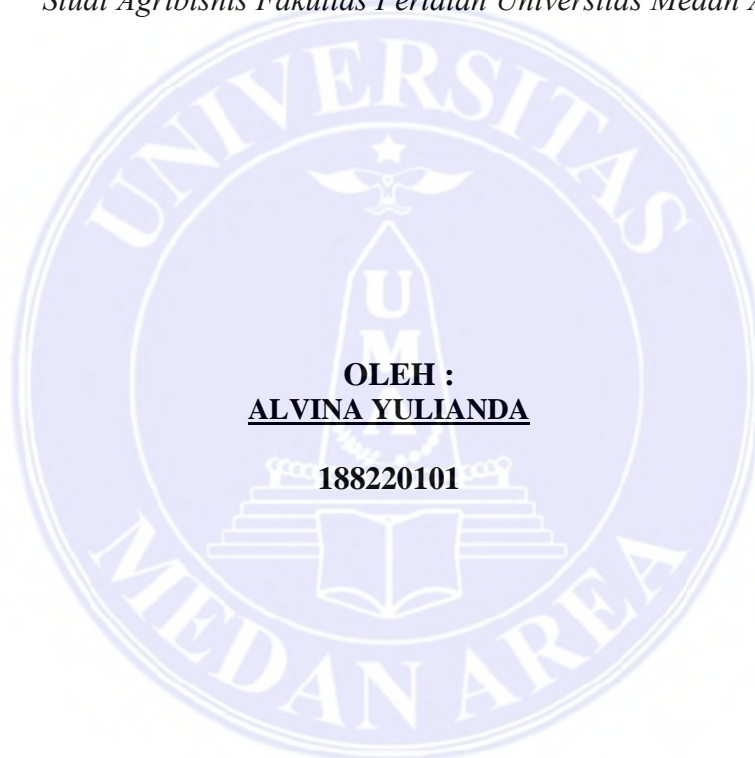
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT WIRAUSAHA

COFFEE SHOP DI KECAMATAN BANGUN PURBA

KABUPATEN DELI SERDANG

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana di Program
Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*



OLEH :
ALVINA YULIANDA

188220101

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 2/6/26

Access From (repositori.uma.ac.id)2/6/26

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wirausaha
Coffee Shop Di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli
Serdang
Nama Mahasiswa : Alvina Yulianda
NPM : 188220101
Prodi/Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing



Ir. Azwana, MP.
Pembimbing I



Siti Sabrina Salqaura, SP., M.Sc.
Pembimbing II

Diketahui Oleh :



Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP., M.Si.
Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Tennyisa Febriyanti Suardi, SP., MP.
Ketua Program Agribisnis

Tanggal Lulus : 15 Juli 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar serjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, Juli 2025



Alvina Yulianda

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alvina Yulianda

NIM : 188220101

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneklusif (**Non-exclusive Royalti Free Right**) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wirausaha *Coffee Shop* Di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang" Dengan hak bebas royalti noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Medan
Pada Tanggal : Juli 2025
Yang menyatakan

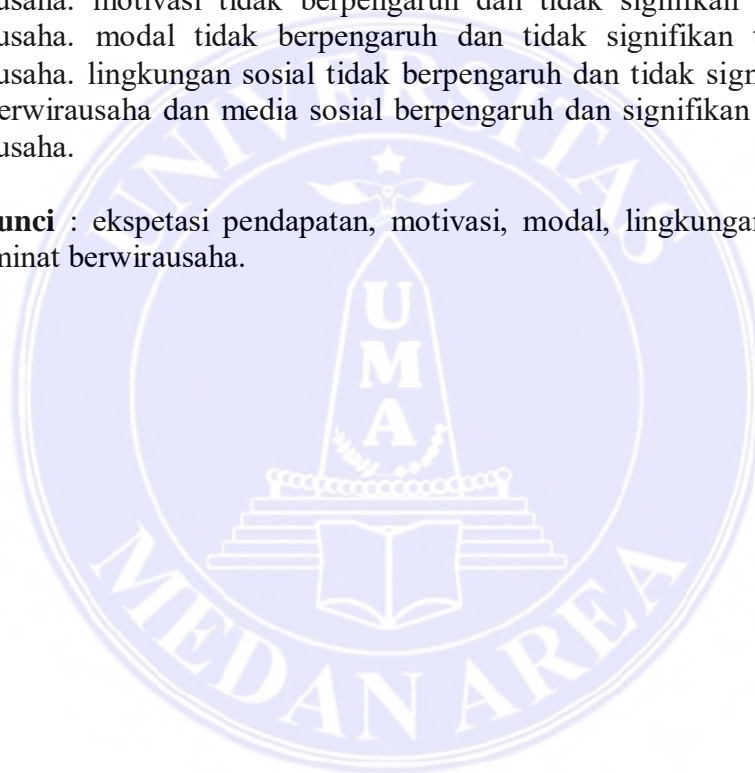


Alvina Yulianda

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh ekspektasi pendapatan, pengaruh motivasi, pengaruh modal, pengaruh lingkungan sosial dan pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha di Kecamatan Bangun Purba. Lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penelitian dilakukan di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang. Metode penentuan sampel menggunakan metode sampling jenuh (*sensus*) yaitu pengambilan semua populasi digunakan sebagai sampel sebanyak 31 orang wirausaha kedai kopi. Penelitian menggunakan uji regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 25. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji ketepatan model, uji analisis regresi berganda, uji hipotesis, uji simultan. Hasil penelitian diperoleh: Ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha. motivasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. modal tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. lingkungan sosial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha dan media sosial berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Kata kunci : ekspektasi pendapatan, motivasi, modal, lingkungan sosial, media social, minat berwirausaha.




ABSTRACT

This study aims to determine: the influence of income expectations, the influence of motivation, the influence of capital, the influence of social environment and the influence of social media on entrepreneurial interest in Bangun Purba District. The location of this research was done intentionally (purposive). The research was conducted in Bangun Purba District, Deli Serdang Regency. The method of determining the sample using saturated sampling method (census) is taking all the population used as a sample of 31 coffee shop entrepreneurs. The research used multiple linear regression tests with the help of SPSS 25 software. Data analysis techniques use research instrument tests, classical assumption tests, model accuracy tests, multiple regression analysis tests, hypothesis tests, simultaneous tests. The research results obtained: Income expectations have no effect and significant on entrepreneurial interest. motivation has no effect and is not significant to entrepreneurial interest. capital has no effect and is not significant to entrepreneurial interest. social environment has no effect and is not significant to entrepreneurial interest and social media has an effect and is significant to entrepreneurial interest.

Keywords: *Income expectation, motivation, capital, social environment, social media, entrepreneurial interest.*

TELAH DIVALIDASI PUSBA UMA SEBAGAI SYARAT BERKAS SIDANG	
TANGGAL	PARAF
14/02/2025	



RIWAYAT HIDUP

Alvina Yulianda dilahirkan pada tanggal 25 September 2000 di Bangun Purba, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Penulis merupakan anak keempat dari empat bersaudara dari pasangan Baapak Supajar dan Ibu Kuntum Biana

Pendidikan Formal yang pernah diikuti adalah sebagai berikut :

1. Tahun 2012 Lulus Dari Sekolah Dasar Negeri 106202 Sialang
2. Tahun 2015 Lulus Dari Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Bangun Purba
3. Tahun 2018 Lulus Dari Sekolah Menengah Kejuruan AKP Galang
4. Tahun 2018 Diterima Di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan area

Kegiatan Yang Pernah Diikuti Penulis Masa Perkuliahan Sebagai Berikut :

1. Pernah Melaksanakan Peraktek Kerja Lapang (PKL) Di Balai Penelitian Sunge Putih (RISPA) Pada Tahun 2021.
2. Pernah Melaksanakan Penelitian Skripsi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wirausaha *Coffee Shop* Di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kita kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga kemudahan dan kelancaran selalu mengiringi di setiap langkah penyusunan karya ini. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Rosulullah Muhammad SAW, keluarga, dan orang-orang yang mengikuti sampai hari akhir nanti. Usaha dan upaya untuk senantiasa melakukan yang terbaik atas setiap kerja menjadikan akhir dari pelaksanaan penelitian yang terwujud dalam bentuk penulisan Skripsi ini dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wirausaha *Coffee Shop*”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan serta satu pada program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP.,MSi Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area
2. Ibu Dr. Tennisya Febriyanti Suardi, SP.,MP Selaku Ketua Prodi Agribisnis Universitas Medan Area
3. Ibu Ir. Azwana, MP Selaku Pembimbing I dan Ibu Siti Sabrina Salqaura, SP., M.Sc Selaku Pembimbing II yang telah membimbing dengan baik dan sepenuh hati serta mengarahkan selama masa penyusunan Skripsi kepada penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf dan Pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Bapak/Ibu Wirausaha *Coffee Shop* Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara yang telah membantu dan memberikan data-data yang diperlukan dalam skripsi ini.

6. Teruntuk keluarga saya, terutama ayahanda tercinta bapak Supajar dan ibunda tercinta Ibu Kuntum Biana, dan keluarga besar saya termasuk sepupu saya yang selalu memberikan doa terbaik, memberikan kasih sayang, selalu memberikan semangat dan arahan dalam setiap langkah, dorongan moril ataupun materil yang tak terhingga dalam hidup saya terimakasih yang sangat luar biasa saya ucapkan.
7. Kepada pemillik NPM 188220065 terimakasih banyak telah berkontribusi dalam skripsi ini, selama ini selalu memberi semangat,nasihat, dukungan, bahkan pengorbanan tenaga, dan senantiasa sabar menghadapi saya, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga pada akhirnya skripsi saya dapat selesai.
8. Kepada nona pemilik NPM 188220120 serta keluarga terimakasih banyak sudah rela rumahnya sering ditumpangi oleh saya, selalu memberi semangat, arahan, nasihat, dukungan bahkan pengorbanan tenaga untuk menyelesaikan skripsi ini,
9. Seluruh teman-teman yang telah membantu dan memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan juga bermanfaat bagi para pembaca penelitian selanjutnya.

Medan, Juli 2025



Alvina Yulianda

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Hipotesis.....	10
1.6 Kerangka Pemikiran	12
II. TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Minat.....	13
2.2 Kewirausahaan dan Wirausaha	14
2.3 Minat Berwirausaha.....	17
2.4 Ekspektasi Pendapatan.....	21
2.5 Motivasi internal.....	25
2.6 Akses Modal.....	28
2.7 Lingkungan Sosial	31
2.8 Penggunaan Media Sosial	33
2.9 <i>Coffee Shop</i>	36
2.10 Penelitian Terdahulu	37
III. METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Lokasi Penelitian & Waktu Penelitian.....	39
3.2 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel	39
3.3 Metode Pengumpulan Data	41
3.4 Uji Instrumen Penelitian	44
3.4.1 Uji Validitas	44
3.4.2 Uji Realibilitas.....	45
3.5 Metode Analisis Data.....	46
3.6 Pengujian Asumsi Klasik	46
3.6.1 Uji Normalitas	46
3.6.2 Uji Multikolinearitas.....	46
3.6.3 Uji Heterokedasitas.....	46
3.7 Uji Ketepatan Model.....	48
3.7.1 Uji Simultan (Uji F).....	48
3.7.2 Uji T (Uji Hipotesis).....	48

3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) atau R-Square	49
3.8 Definisi Operasional Variabel	49
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	51
4.1 Lokasi dan Letak Geografis Kecamatan Bangun Purba	51
4.1.1 Gambaran Umum Kedai Kopi (<i>Coffe Shop</i>) di Kecamatan Bangun Purba	52
4.2 Karakteristik Sampel Penelitian	53
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.2 Umur	54
4.2.3 Pendidikan Terakhir	54
4.2.4 Pengalaman	55
4.2.6 Tanggungan Keluarga.....	56
4.3 Analisis Deskripsi.....	57
4.3.1 Variabel Ekspetasi Pendapatan	58
4.3.2 Variabel Motivasi Internal	59
4.3.3 Variabel Akses Modal	59
4.3.4 Variabel Lingkungan Sosial.....	61
4.3.5 Penggunaan Media Sosial	61
4.3.6 Minat Berwirausaha.....	62
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
5.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	64
5.1.1 Hasil Uji Validitas	64
5.1.2 Hasil Uji Realibilitas.....	66
5.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	67
5.2.1 Hasil Uji Normalitas	67
5.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
5.2.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	69
5.3 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	70
5.4 Hasil Uji Ketetapan Model.....	72
5.4.1 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	72
5.4.2 Hasil Uji F	75
5.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	75
5.5 Pembahasan.....	76
5.5.1 Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha <i>Coffee Shop</i> di Kecamatan Bangun Purba	77
5.5.2 Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha <i>Coffee Shop</i> di Kecamatan Bangun Purba	77
5.5.3 Pengaruh Modal Terhadap Minat Berwirausaha <i>Coffee Shop</i> di Kecamatan Bangun Purba	78
5.5.4 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha <i>Coffee Shop</i> di Kecamatan Bangun Purba	78
5.5.5 Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha <i>Coffee Shop</i> di Kecamatan Bangun Purba	79
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
6.1 Kesimpulan	81
6.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82

LAMPIRAN 85



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Produksi Kopi Perkebunan Rakyat Terbesar Di Indonesia	3
Tabel 2 Data Wirausaha Coffee Shop di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara.....	40
Tabel 3 Daftar Nama Coffee Shop di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang	41
Tabel 4 Skala Likert.....	43
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	54
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman.....	55
Tabel 9 Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	56
Tabel 10 Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga	56
Tabel 11 Tanggapan Responden Ekspektasi Pendapatan (X_1).....	58
Tabel 12 Tanggapan Responden Motivasi Internal (X_2)	59
Tabel 13 Tanggapan Responden Akses Modal (X_3).....	60
Tabel 14 Tanggapan Responden Lingkungan Sosial (X_4)	61
Tabel 15 Tanggapan Responden Penggunaan Media Sosial (X_5)	62
Tabel 16 Tanggapan Responden Minat Berwirausaha (Y)	63
Tabel 17 Uji Validitas	65
Tabel 18 Uji Reliabilitas	66
Tabel 19 Uji Normalitas.....	67
Tabel 20 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 21 Uji Heterokedastisitas.....	69

Tabel 22 Hasil Uji Analisis Berganda	70
Tabel 23 Uji T	73
Tabel 24 Uji F.....	75
Tabel 25 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	75



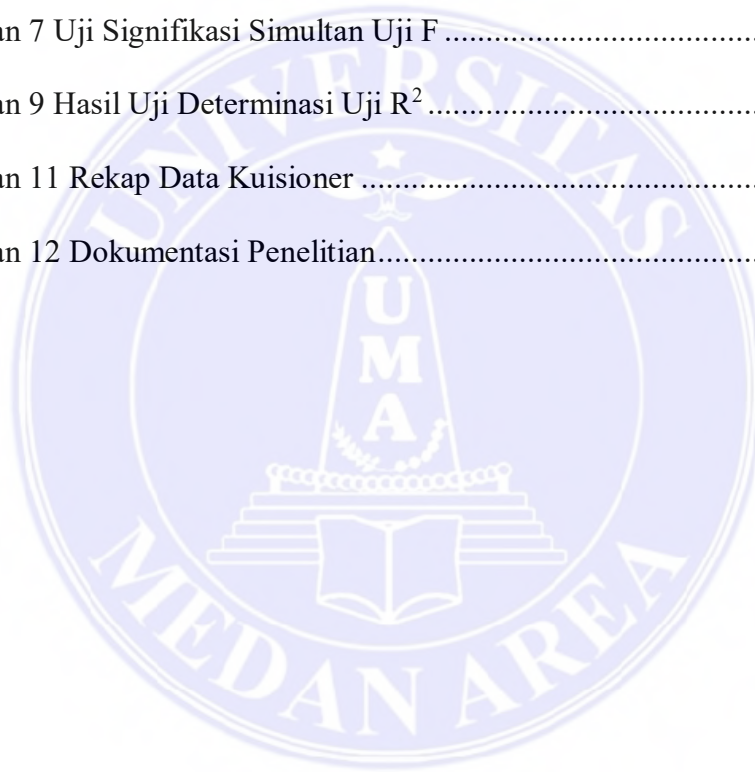
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	12
Gambar 2 Wawancara Dengan Pemilik Kedai Kopi Athar.....	103
Gambar 3 Wawancara Dengan Barista Kedai Kopi Athar.....	103
Gambar 4 Mesin Kopi Kedai Athar	104
Gambar 5 Wawancara Dengan Pemilik Kedai Kopi Rinjani	105



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	85
Lampiran 2 Data Responden	90
Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Penelitian.....	91
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen.....	94
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	98
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	100
Lampiran 7 Uji Signifikasi Simultan Uji F	100
Lampiran 9 Hasil Uji Determinasi Uji R ²	101
Lampiran 11 Rekap Data Kuisisioner	101
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian.....	103



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, memperoleh pekerjaan sangatlah sulit. Keadaan ini memperburuk perekonomian di negara, mengingat tingginya angka pengangguran. Dengan demikian, mengembangkan sebuah wirausaha menjadi sangat krusial dalam mengoptimalkan perekonomian negara. Sebagai jalan keluarnya, banyak orang memutuskan untuk mencari pekerjaan dengan cara menciptakan usaha sendiri, yang sering disebut berwirausaha. Berdasarkan pernyataan Purnamawati (2009) Sebuah pilihan tepat untuk menjadi seorang pengusaha. Setidaknya, menjadi seorang wirausaha, seseorang dapat membuka kesempatan kerja dalam memenuhi kebutuhan sendiri tanpa harus bergantung dengan orang lain.

Menurut pernyataan dari Hisrich *et al.*, (2007), kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan sebuah tahapan dalam membuat hal yang baru dengan nilai, melalui penggunaan waktu dan usaha yang diperlukan. Proses ini melibatkan pengambilan risiko finansial, fisik, dan sosial, serta memperoleh imbalan finansial serta kepuasan dan kebebasan pribadi. Kewirausahaan memegang peranan bagi perkembangan perekonomian negara, karena para wirausaha dapat menciptakan industri kreatif baru yang mendorong minat wirausaha lainnya untuk berkolaborasi. Selain itu, mereka juga berperan dalam membuka lapangan pekerjaan baru dan mengadopsi tenaga kerja lebih banyak, pada akhirnya membantu mengurangi masalah pengangguran. Tingkat pengangguran di Indonesia menunjukkan penurunan dari tahun ke tahun, namun yang lebih mengkhawatirkan adalah tingkat pendidikan yang tinggi yang juga menjadi pengangguran.

Wirausaha dipandang sebagai solusi untuk mengatasi masalah ekonomi, khususnya dalam mendorong berkembangnya ekonomi dan kemajuan teknologi. Satu dari sekian cara untuk meningkatkan jumlah wirausahawan adalah melalui bimbingan kewirausahaan. Selain daripada itu berkontribusi pada perkembangan ekonomi, aktivitas wirausaha juga berhubungan dengan penciptaan lowongan kerja (Sondari, 2014).

Kopi sering kali dijadikan sebagai topik musyawarah dan penelitian dalam studi ilmiah, karena pada zaman ini kopi menjadi salah satu minuman dari banyaknya macam minuman yang paling disukai diberbagai belahan dunia. Minuman kopi ini termasuk jenis yang berasal dari proses pengelolaan dan pengambilan biji dari tumbuhan kopi. Terdapat lebih dari 100 varietas kopi yang berbeda-beda, namun beberapa varietas yang paling umum dan populer terdapat 2 jenis varietas yaitu kopi arabica dan kopi robusta. Tumbuhan kopi tidak termasuk tumbuhan orisinil dari Indonesia, melainkan jenis tumbuhan yang aslinya berasal dari Benua Afrika. Sejarahnya tanaman kopi, dikenalkan ke Pulau Jawa pada tahun 1696, ketika saat itu pertumbuhan dan perkembangannya belum selesai dalam pemeriksaan. Kemudian di tahun 1699 tumbuhan kopi ini memperoleh dukungan pesat karena tumbuhan yang dimaksud mulai berkembang dan berproduksi dengan baik Akbar (2015).

Tabel 1. Produksi Kopi Perkebunan Rakyat Terbesar Di Indonesia

No	Provinsi	Tahun (Ton)		
		2019	2020	2021
1	Sumatera Selatan	191,00	191,20	201,40
2	Lampung	117,10	118,10	118,00
3	Sumatera Utara	74,90	75,00	76,80
4	Aceh	72,70	73,40	74,20
5	Bengkulu	62,60	62,70	62,40

Sumber : (Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2019-2020)

Berdasarkan Tabel 1 data yang ada Provinsi Sumatera Utara menempati provinsi posisi ketiga sebagai produsen kopi tertinggi di Indonesia dengan rata-rata produksi tahun 2019 sampai tahun 2020 mencapai 75,00 ton.

Angka minat pada kopi di Indonesia berdasarkan evaluasi Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) oleh BPS, untuk kebutuhan *coffee shop* dikalangan umum berbentuk serbuk kopi/kopi biji. Selama tahun 2019-2021 produksi kopi perkapita berpotensi menghadapi kenaikan. Pada tahun 2019-2020 mengalami produksi kenaikan sebesar 1,8 ton/kapita/tahun.

Ini menggambarkan bahwa pasar kopi domestik menjadi sangat menarik bagi para pengusaha. Persaingan dalam industri dibuat dengan bahan dasar kopi memang sangat digemari, yang menjadikannya sebagai kesempatan usaha yang potensial. Kondisi ini juga mencerminkan iklim investasi yang mendukung di sektor industri kopi, yang terlihat dengan banyaknya kedai kopi yang bermunculan hingga saat ini.

Proses pengolahan kopi hingga menjadi minuman yang siap jual dengan cita rasa yang khas tidak dipertanyakan lagi, maka dari itu kopi yang diproses hingga banyaknya macam rasa membuka peluang bisnis. Terutama di Kecamatan Bangun

Purba, kesempatan agribisnis yang mengandung bahan dasar kopi juga minuman berasal dari kopi mendapatkan respon yang baik dari para penggemar kopi. Hal ini menjadikan usaha kopi di era modern ini sebagai kesempatan bisnis yang menjanjikan dengan berbagai versi baru.

Di era modern saat ini telah memadai *coffee shop* atau kedai kopi terutama di Kecamatan Bangun Purba banyak *coffee shop* atau kedai kopi yang menawarkan biji kopi yang berasal dari kebun di sekitar Sumatera Utara sendiri, sehingga banyaknya pengangguran akan menyusut dengan tersedianya peluang untuk membuka usaha dengan pasar yang lebih besar jangkauannya. Selain itu, kemauan masyarakat untuk mencari lokasi yang dapat mengurangi stres ditengah padatnya pekerjaan atau aktivitas lainnya semakin meningkat, sehingga kesempatan untuk menyediakan tempat yang memenuhi kebutuhan tersebut juga semakin besar, seperti dengan membuka usaha yang berbahan utama dari olahan kopi.

Seperti yang kita ketahui konsumsi kopi dikendalikan oleh orang tua dalam beberapa decade, tetapi dalam beberapa tahun terakhir kegiatan kopi telah dikonsumsi oleh kaum muda seperti siswa dan orang muda lainnya bukan oleh mereka . Dengan demikian, wirausaha diartikan sebagai peluang yang baik untuk saat ini, dikarenakan semakin banyak kalangan yang minat dengan kopi tidak hanya dari kalangan pria. Wirausaha kafe kopi juga menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Menjalankan usaha *coffee shop* memberikan keuntungan berupa kebebasan yang luas untuk mengelola usaha sesuai dengan kehendak pemilik. Kebebasan dalam bekerja ini diperkirakan dapat menjadi motivasi bagi para pemuda maupun mahasiswa yang ingin berwirausaha (Satiti dan Ekowati, 2013).

Minat berwirausaha adalah kondisi dimana seseorang memiliki motivasi dan senang untuk memulai bisnis Yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda tujuan mendapatkan penghasilan (Susilawaty, 2022). Minat berwirausaha tahap awal dari niat (*intensitas*) dan tindakan berwirausaha. Ini adalah ketertarikan kognitif dan afektif untuk menjadi pengusaha, tercermin dalam keinginan memulai bisnis, menghadapi tantangan, dan memanfaatkan peluang. Dalam model perilaku, Minat Berwirausaha dianggap sebagai anteseden langsung dari Niat Wirausaha (*Entrepreneurial Intention*), yang pada akhirnya akan menjadi prediktor kuat terhadap keputusan untuk berwirausaha

Namun, minat berwirausaha tidak muncul begitu saja. Ada berbagai faktor yang diduga berperan dalam membentuk minat seseorang untuk memulai usaha, di antaranya adalah ekspektasi pendapatan, motivasi internal, akses terhadap modal, lingkungan sosial, dan media sosial. Kelima variabel ini saling berhubungan dan memengaruhi keputusan individu dalam memulai usaha, khususnya dalam bidang *coffee shop*.

Ekspektasi pendapatan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong seseorang untuk terjun ke dunia usaha. Harapan untuk memperoleh penghasilan yang lebih tinggi dibanding bekerja sebagai karyawan menjadi motivasi awal bagi sebagian besar pelaku usaha. Semakin besar ekspektasi seseorang terhadap pendapatan dari usaha yang dijalankan, maka semakin besar kemungkinan mereka tertarik untuk memulai bisnis. Ekspektasi yang realistis dan terukur akan membentuk persepsi positif terhadap kewirausahaan, terutama karena pelaku usaha memiliki kendali penuh atas potensi pendapatan dari bisnisnya.

Ekspektasi Pendapatan dipilih sebagai variabel karena Insentif ekonomi rasional yang memicu niat; individu cenderung memilih karier atau usaha yang menjanjikan imbalan finansial yang lebih besar. Secara teoritis, ekspektasi ini adalah manifestasi dari faktor Daya Tarik Wirausaha (*Perceived Desirability*). Faktor ini diakui sebagai salah satu komponen fundamental dalam Model Kejadian Wirausaha (*SEE*), di mana individu akan termotivasi untuk bertindak jika mereka memandang hasil akhirnya (pendapatan) lebih menguntungkan dan bernilai dibandingkan alternatif lain. Bagi calon wirausaha *coffee shop*, pandangan optimis terhadap potensi keuntungan bersih dan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan menjadi pekerja formal merupakan insentif kuat. Secara teoritis, ekspektasi ini berfungsi sebagai *reward mechanism* yang mendorong individu untuk menoleransi risiko dan meningkatkan minat untuk berwirausaha

Selain itu, motivasi internal juga memainkan peran penting. Motivasi dapat muncul dari dalam diri sendiri maupun dari dukungan keluarga dan lingkungan sekitar. Semangat, tekad, dan keinginan untuk sukses merupakan kekuatan utama dalam menghadapi tantangan dalam berwirausaha. Menurut Lubis & Maha (dalam Prihartini & Sopiyan, 2023), motivasi yang tinggi akan meningkatkan peluang keberhasilan seseorang dalam menjalankan bisnis.

Motivasi Internal Secara teoretis, variabel ini berakar pada Teori Kebutuhan Berprestasi (*Need for Achievement*) dorongan psikologis dari dalam diri individu, seperti keinginan untuk mandiri (*independence*), meraih prestasi, atau mengejar hasrat (*passion*). Dalam konteks bisnis kopi, *passion* terhadap produk dan keinginan untuk menjadi pemimpin bagi diri sendiri menjadi sumber energi yang tidak tergantikan. Variabel ini penting karena Minat Berwirausaha yang

berkelanjutan harus didukung oleh kekuatan pendorong non-finansial yang lebih stabil daripada sekadar keuntungan ekonomi. Motivasi ini adalah dorongan psikologis yang membuat individu siap bekerja keras dan menoleransi risiko.

Faktor ketiga adalah modal, yang merupakan sumber daya penting untuk memulai dan mengembangkan usaha. Modal tidak hanya berbentuk uang, tetapi juga keterampilan, keberanian, dan pengetahuan. Kendala yang sering dihadapi oleh calon wirausahawan adalah keterbatasan modal uang, yang menghambat proses pembukaan atau pengembangan usaha. Namun demikian, kemampuan mengelola modal dan mencari alternatif pembiayaan dapat menjadi solusi yang mendorong tumbuhnya minat berwirausaha.

Akses terhadap modal menjadi kebutuhan dasar dalam proses memulai dan mengembangkan usaha, khususnya coffee shop yang membutuhkan investasi awal yang cukup besar. Secara teoritis, akses modal merepresentasikan dimensi Faktor Kelayakan (*Perceived Feasibility*) dari tindakan wirausaha. Minat saja tidak cukup; harus ada sumber daya untuk merealisasikannya. Ketersediaan akses modal yang baik, baik dari modal pribadi maupun pinjaman, secara langsung menurunkan hambatan masuk (*entry barrier*) dan meningkatkan Efikasi Diri Wirausaha (Bandura, 1997) karena individu merasa memiliki sarana untuk mengelola dan mengembangkan bisnis.

Faktor lainnya adalah lingkungan sosial, yang mencakup pengaruh dari teman sebaya, keluarga, dan masyarakat sekitar. Lingkungan sosial dapat memberikan inspirasi, dukungan moral, hingga peluang kerja sama bisnis. Menurut Khaerani & Handayanti (2022), lingkungan sosial mempengaruhi perilaku individu dan berperan dalam membentuk minat atau keputusan seseorang untuk memulai suatu

usaha. Lingkungan sosial mencakup pengaruh dari keluarga, teman sebaya, dan komunitas. Lingkungan ini dapat memengaruhi minat berwirausaha melalui interaksi sosial dan dukungan. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), lingkungan sosial mewakili dimensi Norma Subjektif (*Subjective Norm*). Norma ini adalah persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Jika lingkungan sosial memberikan dukungan, dorongan, dan *role models* wirausaha, maka Norma Subjektif positif akan terbentuk, secara signifikan meningkatkan Minat Berwirausaha (Ajzen, 1991).

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform strategis yang mendorong munculnya wirausahawan-wirausahawan baru. Melalui media sosial, seseorang bisa mempromosikan produknya, menjalin koneksi bisnis, hingga mendapatkan inspirasi dari pelaku usaha lain. Seperti yang disampaikan oleh Mulyadi dalam Rahayu & Hastuti (2023), media sosial dapat membantu pelaku usaha memasarkan produk dengan biaya rendah namun jangkauan yang luas. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, hingga Shopee telah digunakan secara luas oleh pelaku bisnis untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka.

Media sosial kini menjadi sarana kontekstual yang sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Melalui berbagai *platform digital*, individu dapat melihat konten inspiratif dan informasi bisnis. Variabel ini berfungsi sebagai katalis informasi dan media paparan role model yang mempercepat proses pembentukan minat. Media sosial mendukung komponen Persepsi Kontrol Perilaku (dalam TPB) dengan memberikan *tools* pemasaran yang mudah dan sumber pengetahuan yang luas, membuat individu merasa memiliki kontrol lebih besar atas keberhasilan usahanya (Ad'hiah, Rahmat, & Suryani, 2024).

Berwirausaha mendorong seseorang untuk mengalami lebih proaktif dalam mencari dan mengoptimalkan peluang bisnis dengan memaksimalkan potensi mereka. Minat ini tidak ditemukan sejak lahir, tetapi berkembang bersama dengan berbagai faktor yang mempengaruhi itu. Jika jumlah wirausaha terus menurun dan tidak dipelihara, hal ini dapat berdampak negatif terhadap pertumbuhan ekonomi yang rendah serta meningkatnya tingkat kriminalitas. Oleh karena itu, penting untuk melakukan upaya guna meningkatkan minat berwirausaha. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Wirausaha *Coffee Shop* Di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang".

1.2 Rumusan Masalah

Apakah faktor Ekspektasi Pendapatan, Motivasi Internal, Akses Modal, Lingkungan Sosial, Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap minat dalam berwirausaha *Coffee Shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang ?

1.3 Tujuan

Untuk mengetahui faktor Ekspektasi Pendapatan, Motivasi Internal, Akses Modal, Lingkungan Sosial, Penggunaan Media Sosial yang mempengaruhi terhadap minat dalam berwirausaha *Coffee Shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang.

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi penulis, penelitian ini sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Selain itu dari penelitian ini diharapkan penulis dapat mengerti faktor-faktor yang mempengaruhi minat wirausaha *coffee shop* di Kecamatan Bangun Purba

Kabupaten Deli Serdang.

- Bagi dunia ilmu pengetahuan, diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan kontribusi pemikiran atau menjadi referensi bagi pihak-pihak yang sedang melakukan penelitian sejenis di dunia ilmu pengetahuan.

1.5 Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan sementara yang perlu diuji untuk masalah yang diselidiki. Dalam penelitian ini, hipotesis telah diformulasikan untuk memberikan instruksi dan pedoman untuk melakukan penelitian ini. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H₀ : Diduga variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat wirausaha *coffee shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang

H₀ : Diduga variabel motivasi berpengaruh positif terhadap minat wirausaha wirausaha *coffee shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang

H₀ : Diduga variabel modal berpengaruh positif terhadap minat wirausaha wirausaha *coffee shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang

H₀ : Diduga Variabel lingkungan social berpengaruh positif terhadap minat wirausaha wirausaha *coffee shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang

H₀ : Diduga variabel media sosial berpengaruh positif terhadap minat wirausaha wirausaha *coffee shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang.

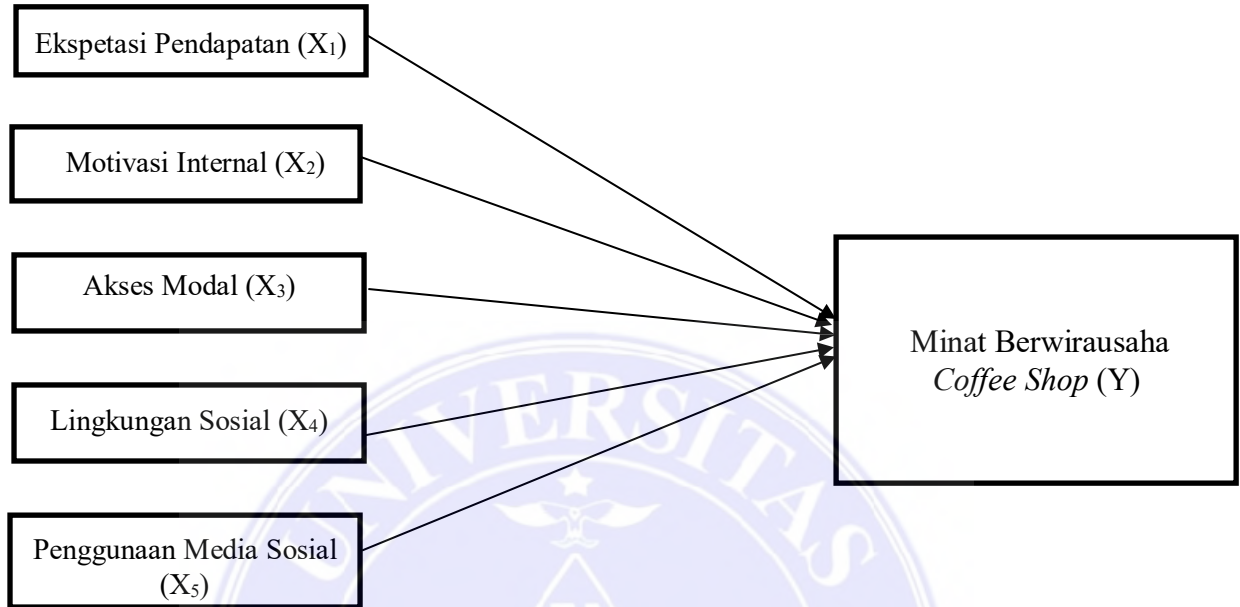
1.6 Kerangka Pemikiran

Ekspektasi pendapatan memegang peran kunci dalam membentuk minat seseorang terhadap dunia wirausaha. Harapan akan penghasilan yang lebih tinggi dibanding bekerja sebagai karyawan menjadi salah satu alasan seseorang memilih berwirausaha. Motivasi internal dalam berwirausaha muncul dari dalam diri individu dan juga berkaitan dengan dukungan yang diterima dari lingkungan seperti keluarga dan teman.

Akses terhadap modal menjadi kebutuhan dasar dalam proses memulai dan mengembangkan usaha. Struktur permodalan yang baik, baik dari modal pribadi maupun dari sumber eksternal seperti pinjaman, sangat penting untuk mendukung operasional dan keberlangsungan bisnis, termasuk usaha coffee shop. Lingkungan sosial mencakup pengaruh dari teman sebaya, komunitas, dan relasi sosial lainnya. Lingkungan ini dapat memengaruhi minat berwirausaha melalui interaksi sosial, dorongan emosional, hingga perubahan sikap atau kebiasaan.

Media sosial kini menjadi sarana yang sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Melalui berbagai platform digital, individu dapat melihat konten inspiratif, merespons informasi bisnis, menjalin jejaring, serta berkolaborasi dengan pihak lain. Adapun minat berwirausaha itu sendiri merupakan ketertarikan untuk menjadi seorang pengusaha yang siap bekerja keras, berani mengambil risiko dalam usahanya. Minat ini tercermin dalam keinginan seseorang untuk memulai bisnis, menghadapi tantangan, dan memanfaatkan peluang yang ada secara optimal.

Berdasarkan pada rumusan masalah penyusunan kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

X₁ : Ekspetasi Pendapatan

X₂ : Motivasi Internal

X₃ : Akses Modal

X₄ : Lingkungan Sosial

X₅ : Penggunaan Media Sosial

Y : Minat Berwirausaha *Coffee Shop*

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Minat

Minat berwirausaha merujuk pada harapan, keuntungan, kemauan untuk bekerja keras atau memiliki tekad kuat dalam berusaha secara optimal untuk memenuhi kebutuhan hidup, dan belajar dari kegagalan tanpa takut menghadapi tantangan yang mungkin timbul, dan memiliki kegigihan untuk mengambil pelajaran dari kesalahan. Fuadi (2009). Lebih lanjut, minat adalah rasa sukacita dan minat pada satu hal atau aktivitas tanpa paksaan. Minat pada dasarnya adalah merangkul hubungan luarnya kecil. Semakin kuat atau lebih dekat dengan hubungan tersebut, semakin besar minat yang dimiliki. Djaali (2008).

Minat merupakan suatu kondisi mental mencakup campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa cemas, dan kecenderungan lainnya yang membimbing individu untuk memilih hal tertentu Susilowati, (2010). Pada prinsipnya minat adalah penerimaan hubungan internal dan hal lain di luar diri. Semakin erat atau *intens* hubungan tersebut, semakin tinggi minat yang dimiliki (Djamarah, 2011). Minat juga menunjukkan perilaku menuju cita-cita tertentu dan menjadi dorongan untuk melakukan tindakan tersebut, untuk mencapai hasil yang lebih baik sehingga apa yang menjadi daya Tarik minat seseorang dapat didorong untuk lebih maksimal Ngalim (2007).

Berdasarkan pernyataan dari berbagai pendapat tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwasannya minat adalah basis semangat dalam mendorong seseorang untuk mengerjakan hal yang diminati ketika mereka memiliki kebebasan memilih aktivitas yang menjadi kesukaannya tanpa adanya paksaan. Keinginan dalam diri individu tercermin dalam perasaan suka atau tidak suka terhadap sesuatu

yang dapat mencukupi kebutuhannya. Minat juga dapat diartikan sebagai suatu kondisi mental yang mencakup gabungan dari suasana, keinginan, pendirian, prasangka, dan perasaan cemas. Sebagai suatu keadaan mental, minat memberikan tanggapan menarik perhatian seseorang terhadap situasi atau objek tertentu.

Berdasarkan pendapat Kusnawan (2017), minat disebut sebagai sebuah dukungan yang menempati ruang pemikiran seseorang, yang mendorongnya guna mengerjakan sejumlah aktivitas. Dengan demikian, minat disebut juga memiliki pengaruh terhadap cara individu memandang informasi yang terkait dengan topik tersebut, sehingga membuatnya lebih terfokus dan terlibat dalam proses memahami pengetahuan mengenai hal itu.

Purwati *et al.*, (2019) mengartikan bahwa minat merupakan adanya perasaan keterikatan atau ketertarikan terhadap sesuatu atau kegiatan tanpa adanya paksaan atau dorongan dari pihak luar. Sementara itu, Kardiana & Melati (2019) berpendapat bahwa minat adalah wujud usaha atau inisiatif seseorang dalam berupaya untuk melaksanakan suatu tindakan atau aktivitas.

Berdasarkan informasi, dapat diambil kesimpulan dari minat merupakan dorongan berada pada diri individu untuk merasa mau atau merasa senang terhadap suatu objek tertentu, dan ikut serta dalam kegiatan yang terkait dengan objek tersebut

2.2 Kewirausahaan dan Wirausaha

Kata "*entrepede*" berasal dari Bahasa Prancis disebut "*entrepreneur*," istilah diterjemahkan dalam artian "wirausaha", yang artinya kesempatan, berani mengambil resiko, penyedia jasa, pengusaha (seseorang mengelola suatu kegiatan tertentu), dan pencipta yang menjual hasil karyanya (Bukirom, 2014).

Suryana (2014) memberi pernyataan kewirausahaan merupakan suatu bidang pengetahuan mengamati mengenai nilai, keterampilan, dan sikap individu dalam menangani rintangan kehidupan, serta cara dalam mengubah kesempatan menjadi sesuatu yang bermanfaat dengan mempertimbangkan berbagai macam risiko yang ada. Dengan demikian, Thomas W. Zimmerer (dalam Suryana, 2014) mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah penggunaan kreativitas dan inovasi dalam menyelesaikan hambatan serta mengoptimalkan kesempatan yang ada setiap waktu. Kewirausahaan adalah kombinasi antara kreativitas, inovasi, dan keberanian dalam menghadapi risiko, yang dijalankan dengan usaha kuat dalam menciptakan dan mengoptimalkan bisnis baru.

McClelland dan Alma (2007) menyatakan bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti dorongan untuk berbakat, percaya diri, perilaku terhadap nilai-nilai, dan status kewirausahaan atau pencapaian. Sehubungan dengan hal tersebut, Suryana (2006) menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan keterampilan untuk berpikir imajinatif dan inspiratif yang dibuat landasan, strategi, dan infrastruktur untuk menemukan kesempatan menuju keberhasilan.

Oleh karena itu, kewirausahaan merupakan penerapan sikap kreatif dan imajinatif yang mengalami landasan untuk memanfaatkan sumber daya dan peluang dalam menjalankan usaha setiap waktu. Kewirausahaan bukanlah sifat yang timbul sejak lahir, tetapi sesuatu yang dapat dipelajari. Dengan demikian, kewirausahaan dapat dijalankan oleh siapa saja yang memiliki minat untuk berwirausaha.

Widjana & Artawan (2019) mengemukakan bahwa Wirausaha adalah seseorang yang mengendalikan kemandirian serta kebebasan dalam mengelola

usaha, bisnis, atau kehidupannya sendiri. Wirausaha disebut dengan seseorang yang mempunyai tingkat jiwa kreatif dan inovasi yang tinggi dalam kehidupannya Insana *et al.*, (2022). Menurut Cantillon, wirausaha merupakan individu yang dapat untuk mengalihkan atau mentransformasikan sumber daya ekonomi yang awalnya memiliki tingkat produktivitas rendah dapat ditingkatkan menjadi tingkat produktivitas yang lebih tinggi Widayati *et al.*, (2019).

Berdasarkan keterangan informasi di atas dapat diambil kesimpulan bahwasannya wirausaha diartikan sebagai individu mandiri dan kreatif, mempunyai kebebasan dalam mengelola usaha atau bisnis, serta mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis untuk mencapai tujuan finansial. Mereka juga berperan untuk menciptakan lapangan kerja, pemeran utama dalam perkembangan ekonomi melalui inovasi dan penciptaan ide-ide baru, serta memiliki kemampuan mengalihkan pusat daya ekonomi bermula dari level produktivitas yang minim ke level yang maksimal.

2.2.1 Sifat Seorang Wirausaha

Dalam buku Ajar Kewirausahaan Maryati & Safitri (2022) menyebutkan sifat yang harus dipunyai sebagai seorang wirausaha supaya mampu beradaptasi dalam kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Percaya diri. Karakteristiknya: kepercayaan, mandiri, pribadi, optimisme
2. Fokus pada tugas dan pencapaian
3. Memiliki kemampuan guna mengambil risiko
4. Bertingkah laku seperti pemimpin
5. Memiliki inovasi dan kreatifitas yang tinggi
6. Fokus pada rencana yang akan datang

7. Amanah dan gigih

8. Memiliki jiwa yang besar

2.2.2 Fungsi dan Peran Wirausaha

Beberapa tugas dan tanggung jawab sebagai seorang wirausaha dalam perekonomian meliputi:

1. Dengan semangat wirausaha, terbuka peluang untuk menciptakan lapangan pekerjaan karena dapat menggabungkan faktor produksi, menghasilkan produk baru, dan dengan demikian, membuka lebih banyak kesempatan kerja.
2. Munculnya banyak peluang produksi dapat membantu mengurangi kesenjangan sosial antara kelompok masyarakat tinggi dan pendapatan rendah.
3. Memperkuat perekonomian nasional melalui berbagai kegiatan usaha yang melibatkan wirausaha. Semakin banyak wirausaha yang terlibat dalam pengelolaan kekayaan alam, akan menciptakan peluang peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.
4. Mendorong terwujudnya masyarakat yang adil dan sejahtera.
5. Berkembangnya pendapatan nasional.
6. Kemunculan produk baru, baik barang maupun jasa, akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan nasional.

2.3 Minat Berwirausaha

Minat adalah satu dari sekian sudut pandang dari psikologis yang memacu seseorang untuk mendapatkan hal spesifik atau ada tujuan yang ingin diraih, yang mencakup keinginan untuk memahami dan mengamati hal-hal yang diinginkan sebagai bagian dari kebutuhannya. Minat juga dapat dipandang sebagai suatu

keinginan yang cenderung tinggal di dalam diri individu untuk memprovokasi pada pilihan tertentu sebagai bagian dari kebutuhan, yang kemudian diwujudkan dalam langkah yang diambil melalui fokus terhadap sasaran yang diinginkan, guna mencari wawasan sebagai pengetahuan bagi dirinya (Febri, 2012).

Dalam kegiatan berwirausaha minat dapat diartikan sebagai dorongan atau ketertarikan untuk menjadi seorang pengusaha yang siap bekerja dengan gigih dan tekun guna mencapai usaha yang optimal. Minat berwirausaha bukan bersifat bawaan sejak lahir, melainkan mengalami kemajuan seiring dengan pengaruh berbagai faktor. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan untuk berwirausaha merupakan hasil interaksi antara karakter pribadi seseorang dan lingkungan sekitarnya Bygrave dalam Wahyono (2014). Fuadi (2009) mengemukakan bahwasannya minat berwirausaha merujuk pada harapan dan ketertarikan untuk bekerja keras serta kemauan yang kuat untuk berupaya secara maksimum demi memenuhi tuntutan hidup, tanpa rasa takut menghadapi tantangan mungkin muncul, dan memiliki tekad untuk belajar dari kesalahan.

Dalam memahami konsep minat berwirausaha, perlu dipahami bahwa minat adalah perasaan suka dan keterikatan yang timbul secara alami tanpa tekanan, yang menunjukkan hubungan antara individu dan sesuatu di luar dirinya, yang merupakan hakikat dari minat dan berwirausaha. Slameto (2010) mendefinisikan minat sebagai perasaan lebih suka dan ketertarikan terhadap suatu hal atau aktivitas, yang timbul secara spontan tanpa adanya paksaan atau keterpaksaan. Sementara itu, Djamarah (2008) mengartikan minat merupakan kebiasaan konsisten dalam memperhatikan dan mengingat beberapa kegiatan. Individu memiliki minat terhadap suatu aktivitas hendak selalu memperhatikannya dengan rasa senang.

Minat selalu terkait dengan perasaan senang seseorang terhadap sesuatu. Ketika tertarik pada hal, ia akan menyalurkan semua perasaan senangnya kepada hal tersebut. Rasa senang ketika melakukan kegiatan yang berkaitan dengan bisnis akan menimbulkan minat berwirausaha. Seseorang merasa senang dan tertarik dalam berwirausaha akan lebih bersemangat dan rajin dalam menjalankan usahanya, yang pada akhirnya akan memunculkan keinginan untuk menguasainya Muchammad (2014).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, diambil kesimpulan yakni minat berwirausaha merujuk pada kemauan, ketertarikan dan kesiapan individu menggeluti kegiatan berwirausaha. Seseorang yang mempunyai ketertarikan dalam berwirausaha cenderung lebih tekad untuk menghadapi banyaknya risiko yang mungkin timbul dalam usaha yang mereka jalani. Minat berwirausaha seseorang akan muncul ketika seseorang bertujuan untuk mencapai aspek finansial seperti mencari penghasilan atau mendapat tambahan penghasilan, untuk mendapat pengakuan, memberikan manfaat dan pekerjaan bagi orang lain, serta untuk mencapai kemandirian dan produktivitas yang lebih tinggi.

2.3.1 Faktor Minat Berwirausaha

Menurut Bygrave dalam Alma (2013), terdapat beberapa faktor yang mendorong minat berwirausaha, yaitu:

- A. Faktor individu yang berhubungan dengan kepribadian, antara lain:
 - 1. Ketidakpuasan terhadap pekerjaan yang sedang dijalani.
 - 2. Pemutusan kontrak kerja tanpa adanya peluang pekerjaan lain.
 - 3. Dukungan yang berasal dari masa hidup.
 - 4. Kepercayaan diri untuk menghadapi dan menerima konsekuensi.

5. Minat yang kuat terhadap dunia bisnis dan kesepakatan untuk terlibat di dalamnya.
- B. Faktor lingkungan yang berhubungan dengan kondisi fisik meliputi:
1. Ketersediaan sumber daya, seperti modal, tabungan, warisan, bangunan, dan lokasi yang strategis, meningkatkan kemungkinan kesuksesan.
 2. Partisipasi dalam pelatihan strategi atau seminar kewirausahaan.
 3. Kebijakan pemerintah yang memberikan kemudahan seperti kenyamanan lokasi usaha, fasilitas kredit, serta pendampingan bisnis.
- C. Faktor sosiologis yang berkaitan dengan hubungan keluarga terdiri dari:
1. Terjalannya ikatan sosial dengan individu lain.
 2. Tersedianya tim yang mampu dibawa bekerja sama dalam menjalankan bisnis.
 3. Dukungan motivasi yang bersumber dari orang tua untuk mengawali usaha.
 4. Fasilitas atau kelancaran yang diberikan oleh saudara-saudara.
 5. Pengalaman bisnis yang telah diperoleh sebelumnya.

2.3.2 Indikator Minat Berwirausaha

Menurut Suryana (2013), indikator-indikator minat berwirausaha meliputi:

1. Kepercayaan diri, yaitu sikap dan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri serta tanggung jawab atas kesepakatan dan langkah yang diambil.
2. Fokus pada tugas dan hasil.
3. Kemampuan untuk mengambil risiko.
4. Kepemimpinan.
5. Kreativitas atau orisinalitas.
6. Berpikir jauh kedepan

2.4 Ekspektasi Pendapatan

Penelitian dalam Handoyo, *et al.*, (2023) Noor dan Anwar menyatakan bahwa ekspektasi pendapatan merujuk pada harapan dan dorongan yang dimiliki oleh setiap individu terkait pendapatan yang diperoleh dari usaha atau pekerjaan yang mereka jalani. Pendapatan dari hasil pekerjaan biasanya berupa keuntungan.

Selain itu, penelitian Mualifah & Prasetyoningrum (2020) Setiawan dan Sukanti menyatakan bahwa ekspektasi pendapatan merujuk pada target individu terhadap penghasilan yang diperoleh dari aktivitas usaha atau pekerjaan yang dijalani. Lebih lanjut dalam penelitian Kardiana & Melati (2019) Adhitama menjelaskan ekspektasi pendapatan merupakan target udalam menerima pendapatan lebih besar, yang dapat mendorong peningkatan minat dalam berwirausaha.

Ekspektasi pendapatan adalah target dalam memperoleh pendapatan lebih maksimal, yang dapat mengoptimalkan kemauan berwirausaha pada pelajar (Ilmaniati, 2017). Menurut Setiawan menyatakan pada penelitiannya (2016), ekspektasi pendapatan mengacu pada target individu terhadap pendapatan yang diperoleh dari aktivitas usaha atau pekerjaan yang dilakukannya.

Berdasarkan sejumlah pendapat yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yakni ekspektasi pendapatan berarti harapan individu terhadap penghasilan yang mereka harapkan dari berbagai kegiatan usaha atau pekerjaan, dan dapat berperan penting dalam meningkatkan minat mereka guna berwirausaha. Keinginan guna meningkatkan pendapatan bisa memengaruhi pembentukan keyakinan dan tindakan yang pada akhirnya membentuk sikap dalam melakukan tindakan tersebut.

2.4.1 Faktor-Faktor Ekspektasi/Harapan

Joyce & Weil dalam Setyaningsih (2017) mengungkapkan bahwasannya ada sejumlah aspek biasanya mempengaruhi keinginan, meliputi dorongan sosial, keyakinan beragama, dan kontrol, yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Dukungan Sosial

Keinginan sangat dipengaruhi oleh dukungan sosial. Dalam studi tentang, Raleigh (dalam Joyce & Weil) menjelaskan keluarga dan teman dapat menjadi sumber harapan bagi penderita penyakit kronis, karena mereka dapat menyediakan berbagai bentuk dukungan, seperti tempat, pendengaran, percakapan, dan bantuan fisik, yang dapat membantu mengatasi kesulitan yang dihadapi. Herth (dalam Joyce & Weil) mengungkapkan bahwa peran keluarga memiliki pengaruh yang besar terhadap kemampuan individu untuk menghadapi kesulitan dan meningkatkan tingkat harapan, sehingga dapat membantu individu mengatasi kesulitan dengan lebih baik. Sebaliknya, ketidakhadiran ikatan sosial dapat menyebabkan dampak buruk terhadap kesehatan, seperti peningkatan morbiditas dan angka kematian yang lebih tinggi. Individu sering kali merasa putus asa ketika tidak dapat berinteraksi dengan pihak lain.

b. Kepercayaan Religius

Harapan sebagai sumber utama dalam keyakinan religious dan spiritual. Keyakinan religius diartikan dalam kepercayaan terhadap hal positif maupun kesadaran akan kenyataan bahwa ada tujuan tertentu telah ditentukan untuk kondisi seseorang pada waktu tertentu. Sementara itu, spiritualitas mencakup gagasan yang lebih luas yang berfokus pada tujuan hidup, makna, dan hubungan dengan orang lain, alam, atau Tuhan (Reed dalam Joyce &

Weil). Raleigh (dalam Joyce & Weil) mengungkapkan bahwa kegiatan religius adalah menjaga harapan serta berperan mendorong keinginan bagi pasien sakit paling sering digunakan sebagai cara kedua.

c. Kendali

Kendali adalah bagian penting dari gagasan harapan. Upaya untuk menjaga kendali dapat dibuat dengan terus mencari sumber, mengendalikan sendiri, dan mengembangkan kemandirian, yang pada gilirannya memperkuat perasaan harapan individu. Venning (dalam Weil) mengemukakan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan situasi dipengaruhi oleh *self-efficacy*, yang dapat mengoptimalkan keteguhan seseorang terhadap kemampuannya dalam mengontrol keadaan. Target seringkali berhubungan dengan keinginan untuk mengendalikan, kemampuan untuk membuat keputusan, mempersiapkan diri untuk menghadapi gangguan pikiran, kepemimpinan, dan menghindari ketergantungan. Penelitian menggambarkan tersedianya hubungan baik antara harapan dengan persepsi seseorang terhadap kendali. Studi lain menunjukkan bahwa seseorang dengan kendali internal cenderung mengendalikan nasibnya sendiri. Sebaliknya, seseorang mengandalkan pada kendali eksternal lebih cenderung berharap untuk dikendalikan oleh tekanan dari luar diri mereka.

Selain itu, ekspektasi pendapatan diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Mualifah & Prasetyoningrum (2020) dan Setiawan serta Sukanti sebagai keinginan individu terhadap pendapatan yang didapat dari aktivitas usaha maupun pekerjaan. Selanjutnya, dalam penelitian yang dilakukan oleh Kardiana & Melati (2019), dijelaskan oleh Adhitama bahwa ekspektasi pendapatan

mencerminkan keinginan dalam mendapatkan penghasilan yang lebih banyak, yang dapat meningkatkan minat untuk terlibat dalam wirausaha.

Berdasarkan sejumlah pendapat yang telah disebutkan, bisa dibuat kesimpulan yakni ekspektasi pendapatan adalah keinginan individu terhadap penghasilan mereka harapkan oleh berbagai kegiatan usaha atau pekerjaan, dan dapat berperan penting dalam meningkatkan minat mereka yang bertujuan untuk berwirausaha. Kemauan untuk meningkatkan perolehan dapat memengaruhi pembentukan keyakinan dan tindakan yang pada akhirnya membentuk sikap dalam melakukan tindakan tersebut.

2.4.2 Indikator Ekspektasi Pendapatan

Indikator ekspektasi pendapatan menurut Efendi (2017) terdiri dari empat hal, yaitu:

1. Harapan untuk mendapatkan perolehan yang maksimal dibandingkan dengan menjadi karyawan. Seorang pengusaha berhak berharap mendapatkan pendapatan lebih besar daripada karyawan, meskipun pendapatan pengusaha cenderung tidak tetap.
2. Harapan untuk mendapatkan perolehan yang maksimal dari rata-rata. Dengan berbagai usaha yang dijalankannya, seorang pengusaha memiliki kesempatan untuk meraih pendapatan yang melebihi rata-rata yang ada.
3. Keuntungan yang lebih besar daripada bekerja untuk orang lain. Menjadi pengusaha memberikan potensi keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan menjadi karyawan, salah satunya adalah fleksibilitas waktu yang bisa diatur sendiri oleh pengusaha.
4. Potensi pendapatan yang lebih maksimal. Seorang wirausaha memiliki

keterampilan dan daya internal untuk meraih penghasilan yang lebih tinggi.

2.5 Motivasi Internal

Menurut Alma (2010), motivasi merupakan keinginan untuk melakukan suatu tindakan, lain hal lain tentang jenisnya adalah keperluan, harapan, dukungan, maupun hati. Motivasi individu bergantung pada kekuatan motif yang dimilikinya. Motif dengan kekuatan besar mempengaruhi perilaku individu.

Motivasi adalah dukungan pokok yang mendorong seseorang untuk bertindak. Dorongan ini ada dalam diri individu dan mendukung untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan dorongan tersebut (Uno, 2008). Sebagai seorang pemimpin dalam usahanya, seorang wirausaha harus memahami pentingnya motivasi dalam menjalankan bisnisnya.

2.5.1 Jenis Motivasi Internal

Berikut macam motivasi berdasarkan penelitian dari Davis dan New Storm (2013), mencakup :

1. Motivasi prestasi (*achievement motivation*) merupakan kemauan yang besar dalam diri individu dalam menghadapi berbagai resiko serta rintangan demi menjangkau tujuan. Seorang pengusaha yang fokus dan bekerja keras cenderung termotivasi ketika dia dapat meraih kebanggaan pribadi dari hasil usahanya, terutama jika resiko kegagalan rendah, dan apabila dia menerima umpan balik yang jelas mengenai pencapaian yang telah dilakukan.
2. Motivasi afiliasi (*affiliation motivation*), merupakan kemauan yang besar menciptakan hubungan sosial dengan orang lain. Individu yang didorong oleh motivasi afiliasi akan lebih bersemangat dalam bekerja jika pengusaha menghargai sikap baik dan kemampuan dalam menjalin kerja sama yang

harmonis.

3. Motivasi kompetensi (*competence motivation*) kemauan yang besar guna mengoptimalkan hal positif dalam pekerjaan, mengembangkan keterampilan dalam menyelesaikan masalah, serta berusaha untuk berinovasi. Biasanya, pengusaha terdorong untuk bekerja dengan baik karena mereka merasa puas secara pribadi dengan pekerjaan yang dilakukan dan menghargai pengakuan dari orang lain.
4. Motivasi kekuasaan (*power motivation*) kemauan yang besar dalam meyakinkan individu lain mengganti keadaan. Individu termotivasi oleh pengaruh ingin memberi dampak besar bersedia menghadapi rintangan untuk mengoptimalkan tujuan tersebut.

2.5.2 Indikator Motivasi Internal

Berdasarkan pernyataan oleh Peter F. Drucker dalam penelitian Suryana (2011), walaupun hingga saat ini belum ditemukan istilah yang sepenuhnya sama, pada dasarnya kewirausahaan mempunyai *esensi* yang serupa, yakni merujuk pada sikap, karakter, dan ciri yang dimiliki oleh individu mempunyai tekad kuat untuk meraih ide-ide inovatif dalam mengembangkannya dengan ketangguhan terhadap bisnis yang nyata.

Peter F. Drucker dalam Suryana (2011) juga menyampaikan bahwa semangat kewirausahaan ditemukan pada setiap individu yang mempunyai ciri perilaku inovatif, kreatif, serta suka terhadap perubahan, pembaruan, kemajuan, serta rintangan. Dari pendapat tersebut, dapat dibuat kesimpulan bahwa indikator untuk memperkirakan motivasi kewirausahaan seseorang meliputi semangat, kreativitas, inovasi, dan keberanian untuk mengambil risiko.

Menurut Suryana (2010) Seseorang mempunyai indikator motivasi kewirausahaan sebagai berikut:

1. Semangat

Semangat yang mendukung berbisnis adalah bagian dari aspek utama dan kriteriaa penting dalam menilai kegemaran seseorang untuk menjadi wirausahawan. Semangat kewirausahaan diwujudkan dalam rupa antusiasme tinggi dalam berkarya, kemampuan membuat kesepakatan yang benar, ketekunan, ketelitian, produktivitas, serta bekerja dengan semangat kerjasama. Individu yang memiliki semangat berwirausaha adalah mereka yang tidak gentar menghadapi kegagalan. Kunci utama untuk menciptakan tidak merasa takut akan resiko kegagalan merupakan semangat kewirausahaan.

2. Kreativitas

Menanamkan jiwa kreatif pada seorang wirausaha, yakni keahlian untuk menghasilkan ide-ide baru dan mengetahui cara-cara inovatif dalam mempertimbangkan hambatan serta kesempatan yang ada. Level kreativitas tinggi dalam berimajinasi dimiliki seorang individu dan memimpikan cara untuk menciptakan hal-hal yang belum pernah ada sebelumnya. Konsep dan ide baru diperoleh pada orang dengan jiwa kreatif. Dukungan utama bagi seorang wirausahaan disebut sebagai kreativitas. Wirausahawan dengan jiwa kreatif dapat mengganti kesulitan menjadi kesempatan.

3. Inovatif

Inovasi merupakan bentuk kreativitas diterapkan memberikan nilai tambah terhadap sumber daya yang kita miliki, sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup dan kemampuan bersaing. Lebih lanjut, Suryana menjelaskan bahwa

inovasi merupakan kemampuan dalam melakukan hal-hal baru dan tidak sama. Individu yang inovatif dapat mengembangkan sesuatu yang sebelumnya tidak ada menjadi ada, serta melakukan pembaruan atau mengolah hal-hal yang sepenuhnya baru. Sementara itu, menurut teori "*Innovation Theory*", orang yang inovatif adalah mereka yang mampu mengubah hal-hal yang tampaknya tidak mungkin menjadi mungkin, memecahkan masalah yang sulit, dan menyelesaikan hal-hal yang tampaknya mustahil, tentu saja pantang menyerah.

4. Berani Mengambil Resiko

Ketangguhan dan keahlian dalam menanggung risiko dianggap sebagai prinsip utama dalam dunia usaha, di mana semakin besar tantangan yang dihadapi, semakin tinggi pula peluang yang diperoleh untuk hasil yang lebih besar. Keberanian untuk menanggung risiko dalam kewirausahaan didasarkan pada perhitungan matang, sikap rasional, kesiapan untuk menanggung kerugian, serta kemampuan untuk mengatasi rintangan.

2.6 Modal

Alma (2010) mengungkapkan bahwa dana yang tersedia dapat merangsang ketertarikan seseorang untuk berbisnis, seperti halnya seseorang yang tertarik untuk membuka usaha di gedung yang terletak di lokasi strategis. Berdasarkan pendapat tersebut, ketertarikan untuk memulai usaha dipicu oleh ketersediaan dana yang cukup dan lokasi yang menguntungkan.

Sumber daya ekonomi yang diterapkan oleh *entrepreneur* dalam merintis juga dapat mengembangkan usahanya dipandang sebagai modal bisnis (Urban dan Ratsimanetrimanana, 2019). Uang tunai, perlengkapan, bahan utama, serta berbagai aset lain yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha termasuk dalam modal bisnis.

Selain itu, aspek fundamental yang berpengaruh terhadap keinginan *entrepreneur* untuk memulai usaha dan mencapai kesuksesan dalam bisnisnya juga dianggap sebagai modal bisnis.

1. Jenis-jenis modal

Menurut Yulianto & Wijayanto (2019), berdasarkan sumbernya, wujudnya, sifatnya, dan kepemilikannya, modal dapat digolongkan. Penjabarannya adalah yaitu:

- a. Berdasarkan asal modalnya, modal dapat diklasifikasikan menjadi modal internal dan modal eksternal, yang mana modal internal diperoleh dari kontribusi pemilik usaha, sedangkan kredit dari lembaga keuangan atau sumber pembiayaan lain di luar instansi/perusahaan dianggap sebagai modal eksternal.
- b. Di klasifikasikan berdasarkan wujudnya, modal menjadi modal fisik dan modal non-fisik. Aset seperti mesin, bangunan gedung, dan perangkat kantor termasuk dalam modal fisik, sementara hak merek dan hak royalti dianggap sebagai modal non-fisik.
- c. Modal digolongkan dengan kepemilikannya menjadi modal umum dan modal pribadi. Properti milik individu, apartemen yang disewakan ke kantor atau atau cabang termasuk individu, sementara jalan, penyebrangan, dan taman yang dimiliki oleh dianggap sebagai modal umum.
- d. Berdasarkan karakternya, modal dibagi menjadi cair dan permanen. Kekayaan yang dapat dikonversi menjadi tunai dan segera, seperti kebutuhan pembuatan terkait bahan baku, termasuk dalam modal cair, sementara mesin

dan gedung yang dimiliki oleh perusahaan secara berkelanjutan dan kendala mengelola menghasilkan dana termasuk dalam modal permanen.

2.6.1 Indikator Akses Modal

Menurut Nugraha, berdasarkan jurnal yang ditulis oleh Aulia dan Hidayat (2021) terdapat 4 indikator modal yang penting, yaitu:

- a. Sumber keuangan (milik sendiri dan pinjaman).

Anggaran pribadi diterima oleh pemilik bisnis dalam bentuk investasi.

Sementara itu, orang luar seperti bank dan investor akan menyediakan modal utang dalam bentuk pinjaman.

- b. Memanfaatkan tambahan modal.

Keuangan tambahan dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan produksi dan pelayanan, serta membuka cabang baru, dan mengembangkan perusahaan yang meningkatkan iklan untuk menarik lebih banyak konsumen. Namun, seseorang harus berhati-hati untuk tidak mengelola dana tambahan secara berlebihan. Ini akan membawa seseorang ke hutang besar atau risiko berlebihan yang tidak sebanding dengan pendapatan. Oleh sebab itu, perencanaan yang teliti cermat dan pemilihan taktik yang sesuai sangat dipertimbangkan saat menggunakan dana tambahan.

- c. Hambatan dalam memperoleh dana luar.

Pendanaan tambahan untuk wirausaha bisnis kecil dan menengah seringkali dihadapkan pada tantangan karena ketentuan yang sulit dipenuhi untuk memperoleh pinjaman dari bank, seperti:

- o Kelayakan usaha yang mencakup faktor hukum, finansial, manajerial, ekonomi, dan sosial budaya tidak dipenuhi oleh usaha tersebut.

- o Jika persyaratan yang ditetapkan oleh bank penyedia pinjaman tidak dipenuhi, aplikasi permohonan tidak disetujui.

d. Kondisi usaha setelah investasi modal.

Jika penanaman modal yang tepat dilakukan oleh seseorang, usaha yang dijalankan dapat mengalami kemajuan yang signifikan. Kapasitas produksi atau pelayanan yang ditawarkan dapat diperbesar, pasar dapat diperluas, cabang baru dapat dibuka, atau efisiensi operasional dapat ditingkatkan.

Dalam jangka panjang, laba dan ekspansi usaha dapat ditingkatkan melalui penanaman modal yang dikelola dengan bijak. Namun, risiko potensial yang terkait dengan risiko pasar, operasi atau investasi, seperti keuangan, harus dipertimbangkan dan strategi yang wajar harus siap mengelolanya.

2.7 Lingkungan Sosial

Menurut Ahmad (2019), tindakan individu atau kelompok serta perubahan perilaku setiap orang dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Lingkungan sosial, yang menjadi tempat berinteraksi dengan orang lain, dapat membentuk seseorang dan mempengaruhi perilakunya. Suatu jaringan sosial yang berperan penting dalam pembentukan karakter manusia dibentuk oleh lingkungan isosial ini.

Minat seseorang dipengaruhi secara signifikan oleh lingkungan, seperti interaksi dengan teman sebaya, teknologi, media massa, dan lain-lain. Peran dan tanggung jawab besar dimiliki oleh masyarakat dalam mewujudkan minat individu. Faktor eksternal yang mempengaruhi minat seseorang adalah faktor lingkungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembentukan kepribadian dan perkembangan minat sangat dipengaruhi oleh lingkungan masyarakat Karina (2009).

Lingkungan sosial yang dimaksud dalam kajian ini merujuk pada lingkungan sosial teman sebaya, seperti yang dijelaskan oleh Sigalingging dan Sianturi (2019), yang menyebutkan bahwa peran penting teman sebaya dalam kehidupan masa remaja diungkapkan. Bagi kaum muda, kelompok sebaya yang terdiri dari orang-orang spesifik yang mereka terima menjadi sumber ketergantungan. Bahkan, pengaruh yang lebih besar daripada keluarga dapat diberikan oleh teman sebaya, yang tercermin dalam sikap, percakapan, minat, penampilan, dan perilaku yang dipengaruhi oleh teman sebaya.

Berdasarkan pendapat ini, tindakan individu atau kelompok dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan perubahan sikap masing-masing dapat terjadi. Pengaruh ini sering kali berasal dari teman sebaya, di mana ketertarikan, pandangan, percakapan, penampilan, dan tindakan seseorang dapat dipengaruhi oleh teman sebaya.

2.7.1 Indikator Lingkungan Sosial

Indikator yang digunakan untuk menilai lingkungan sosial menurut Koranti dalam (Herlambang, 2016) telah disebutkan sebagai berikut:

1. Sosok pengusaha yang dikagumi oleh kelompok teman sebaya;
2. Ajakan untuk berkolaborasi dalam memulai usaha diterima dari teman
3. Dukungan untuk menjadi pengusaha diberikan oleh teman sebaya;
4. Penawaran dana untuk memulai usaha disampaikan oleh kolega.

Menurut pandangan para pakar, lingkungan sosial diukur dengan empat indikator, yaitu sosok pengusaha yang dikagumi oleh kelompok teman sebaya, ajakan untuk berkolaborasi dalam memulai bisnis yang diberikan oleh teman sebaya, dukungan untuk menjadi pengusaha yang diberikan oleh teman sebaya

2.8 Media Sosial

Menurut Kotler dan Keller (2012) media sosial adalah cara bagi konsumen untuk berbagi informasi tekstual, gambar, *audio*, dan *video* dengan perusahaan mereka, dan sebaliknya. Peran media sosial semakin signifikan dalam meningkatkan kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan usaha kecil untuk meningkatkan *visibilitas* dan berinteraksi dengan pelanggan yang ingin berkomunikasi dengan lebih interaktif tentang produk, layanan, dan hubungan yang lebih baik. Lebih lanjut menurut Shirky dalam Nasrullah (2015) media sosial dan perangkat lunak sosial memungkinkan pengguna untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam bekerja sama, berbagi, dan melakukan tindakan secara kolektif tanpa terikat oleh struktur kelembagaan dan organisasi. Adapun contoh media sosial yaitu seperti *instagram*, *facebook* dan *twiter*.

Menurut Puntoadi (2011), penggunaan atau pemanfaatan media sosial sebagai berikut:

1. Kelebihan membangun imej pribadi melalui media sosial adalah bahwa tidak ada trik atau popularitas semu, karena audiens yang akan menentukan keaslian dan kepopuleran seseorang.
2. Media sosial memungkinkan pemasar untuk berinteraksi dengan konsumen secara lebih personal dan langsung, sehingga dapat membangun hubungan yang lebih erat dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Menurut Sahroh Media sosial adalah istilah deskriptif untuk berbagi teknologi yang digunakan untuk menggabungkan orang kedaerah, memungkinkan mereka untuk bertukar dan berinteraksi dengan informasi melalui konten berita berbasis web (Susilawaty, 2022).

Mengacu pada berbagai pendapat di atas, bisa disimpulkan bahwa media sosial adalah teknologi yang bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi antara individu maupun entitas organisasi. Media social telah mencapai tingkat popularitas yang tinggi karena memungkinkan individu untuk terhubung secara daring dalam berbagai aspek, seperti hubungan pribadi, isu politik, dan aktivitas bisnis.

2.8.1 Jenis-Jenis Media Sosial

Terdapat 5 jenis media sosial menurut (Lasut, Liedfray, & Waani, 2022):

1. *Platform online* untuk berbagi video

Penerapan *platform* membagikan konten video adalah metode yang sangat efisien untuk mendistribusikan beberapa kebijakan pemerintah. Dalam konteks platform berbagi *video*, *YouTube*, *Vimeo*, dan *Daily Motion* adalah tiga platform yang paling penting untuk diperhatikan, karena memiliki jumlah pengguna dan komunitas yang signifikan.

2. *Platform* media sosial untuk berbagi pesan singkat.

Platform blogging singkat merupakan salah satu aplikasi yang paling mudah digunakan. Cara menggunakannya hanyalah menginstal aplikasinya dan terhubung ke internet. Terdapat dua aplikasi terkenal di kalangan, yaitu *Twitter* dan *Tumblr*.

3. Aplikasi media sosial berbagi informasi dengan orang lain.

Facebook, *Google Plus*, dan *Path* termasuk tiga kategori aplikasi jejaring sosial sangat terkenal memiliki banyak pengguna.

4. Aplikasi berbagi jaringan profesional.

Secara umum pengguna aplikasi ini berasal dari akademis, siswa, peneliti, pejabat pemerintah, dan pengamat. Aplikasi ini termasuk *LinkedIn*, *Scribd*, dan *Slideshare*.

5. Aplikasi jaringan berbagi foto.

Aplikasi ini digunakan untuk menyebarkan konten sosial, misalnya *Pinterest*, *Flickr*, dan *Instagram*

2.8.2 Indikator Penggunaan Media Sosial

Menurut Julia Afria *et al.* (2023) Cris Hueuer menjelaskan ada 4C indikator penggunaan media sosial sebagai berikut:

1. Konteks

Mengenai cara membuat informasi menjadi menarik yaitu dengan kemampuan untuk memperhatikan penggunaan Bahasa dan isi pesan yang disediakan.

2. Komunikasi

Mendengarkan dan merespons berita dengan berbagai cara, berkontribusi pada kenyamanan penggunaan media sosial dan keefektivan dalam penyampaian pesan.

3. Kolaborasi

Berkolaborasi dengan kedua belah pihak atau lebih yang dapat meningkatkan suatu hal menjadi lebih baik.

4. Koneksi

Memastikan bahwa relasi sudah terjalin tetap kuat dan lebih mendalam.

2.9 Coffee Shop

Menurut Herlyana, Elly (2012) berpendapat bahwa kafe kopi adalah tempat dimana berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam tempat-tempat

yang nyaman dan musik dilengkapi pemain dan pertunjukan langsung dalam suasana santai, layanan khas dan ramah serta desain interior, dan beberapa diantara menyediakan koneksi internet nirkabel. Kopi adalah semacam minuman kelas dunia yang tentu saja dicintai oleh kebanyakan umat manusia. Bagi para pecinta kopi, meminum secangkir kopi di pagi hari merupakan hal yang wajib dilakukan. Aroma khas dari minuman tersebut menjadi bagian dari gaya hidup seseorang pada umumnya.

Berdasarkan pernyataan Kusasi (2010) mengatakan bahwasannya sejak awal elemen kunci dari *kafe* adalah fungsi sosial yang menyediakan tempat bagi orang untuk berinteraksi sendiri bertemu, menulis, dan membaca bersama teman. Bahkan area kafe memungkinkan untuk menikmati tempat yang tidak ada dirumah atau diluar rumah. *Kafe* telah menjadi tempat yang populer untuk melakukan pertemuan bisnis, karena menawarkan suasana yang tidak terlalu formal dan memungkinkan para pelaku bisnis untuk membicarakan hal-hal yang terkait dengan bisnis mereka..

Istilah *Coffee Shop* dianggap lebih modern, karena merupakan konsep yang lebih berbeda dari penawaran menu, ruang membaca, dan beberapa kafe memakai konsep perilaku yang mengarah pada penyediaan system internet, saat ini sudah banyak digemari oleh pengunjung (Sudirman, 2008). *Coffee Shop* juga merupakan media untuk berkomunikasi berbagai kalangan. Di mana akan menemukan *coffee shop* yang dipenuhi dengan orang-orang muda yang berkumpul dalam hubungan dan terlibat dalam percakapan sederhana tentang kehidupan. Pengunjung juga datang dari berbagai latar belakang. Dalam hal kenyamanan, *Coffee Shop* lebih berharga karena suasananya tidak terlalu formal dan jauh lebih santai (Hasrullah, 2012).

2.10 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini antara lain:

1. Yenni Pratiwi dan I Made Wardana (2016) melakukan penelitian tentang pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan menemukan bahwa faktor internal dan eksternal berpengaruh terhadap minat berwirausaha, sehingga dapat membantu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Sarah Septiarini, I Putu Mega Juli Semara Putra, dan Ni Putu Lisa Ernawatiningsih (2020) dengan judul "Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha" menggunakan metode statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda sebagai alat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor internal dan eksternal memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dan bahwa media sosial, lingkungan pergaulan, dan latar belakang ekonomi keluarga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Raden Mustika Septia Devi dan Wan Dian Safina (2021) dengan judul "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Lubuk Pakam Deli Serdang)" menunjukkan bahwa faktor internal, eksternal, dan emosional memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada masyarakat Kelurahan Lubuk Pakam Deli Serdang. Metode analisis regresi linear berganda digunakan sebagai alat analisis penelitian, dan hasil penelitian dapat

membantu meningkatkan minat berwirausaha pada masyarakat.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Rohaeniyah Zain, Isfi Sholihah, dan Ahmad Zainuddin Fikri (2020) dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Hamzanwadi" menunjukkan bahwa lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan modal memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap minat berwirausaha, dan hasil penelitian dapat membantu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.
5. Koranti (2013) melakukan penelitian tentang pengaruh faktor eksternal dan internal terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Gunadarma. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda sebagai alat analisis dan menemukan bahwa faktor eksternal dan internal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian & Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Bangun Purba, Kabupaten Deli Serdang, dengan fokus pada *coffee shop* yang dipilih secara *purposive* untuk mengetahui seberapa besar minat berwirausaha yang dimiliki oleh wirausaha di bidang tersebut. Pelaksanaan skripsi dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan Agustus 2023, dilaksanakan di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara.

3.2 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah area atau semua objek penelitian/subjek yang ditentukan oleh peneliti dan kemudian diselesaikan oleh peneliti. Populasi tidak hanya mencakup jumlah atau kuantitas yang tersedia pada objek atau topik penelitian, tetapi juga semua karakteristik atau karakteristik objek/tema penelitian (Benyamin S dan Paningkat S, 2017). Berdasarkan definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wirausaha pemilik atau pengelola *coffee shop* yang aktif beroperasi dan berlokasi di wilayah Kecamatan Bangun Purba, Kabupaten Deli Serdang.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari seluruh populasi yang diuji. Populasi adalah keseluruhan dari objek tersebut, responden dan karakteristiknya harus dapat mencerminkan seluruh populasi (Benyamin S dan Paningkat S, 2017). Dalam pengambilan sampel metode yang digunakan adalah *sampling jenuh* atau *sensus*, yaitu metode yang melibatkan semua populasi atau sampel yang tersedia. Pengertian dari *sampling jenuh* atau *sensus* Menurut Sugiyono (2008) adalah “*sampling jenuh* atau *sensus* teknik penentuan sampel bila semua populasi

digunakan sebagai sampel”. Berdasarkan data dan batasan penelitian, jumlah populasi wirausaha *coffee shop* yang dijadikan responden adalah **31 orang**.

Tabel 2. Data Wirausaha *Coffee Shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara

No	Desa	Data Wirausaha <i>coffe shop</i>
1	Bah Balua	
2	Bah Perak	
3	Bandar Gugung	2
4	Bandar Kuala	1
5	Bandar Meriah	2
6	Bangun Purba	2
7	Bangun Purba Tengah	2
8	Batu Gingging	2
9	Batu Rata	2
10	Begerpang (Bagerpang)	2
11	Cimahi (Cimahe)	2
12	Demak Maliho	1
13	Geriahhan (Gireahan)	1
14	Mabar	1
15	Marumbun Barat	-
16	Marumbun Ujung Jawi	-
17	Perguroan	1
18	Rumah Deleng	2
19	Sialang	3
20	Sibaganding	2
21	Sukaluwei	1
22	Tanjung Purba	1
23	Ujung Rambe	1
24	Urung Ganjang	

Sumber : Kecamatan Bangun Purba, 2024

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa pengambilan sampel jenuh atau bahwa sensus teknik penentuan sampel jenuh. Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel yang menggunakan semua anggota populasi sebagai sampel. Teknik ini dipilih karena populasi penelitian berada di bawah 100. Dengan demikian, seluruh populasi yang berjumlah 31 wirausaha *coffee shop* di Kecamatan Bangun Purba dijadikan sampel penelitian.

Tabel 3. Daftar Nama *Coffee Shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten**Deli Serdang**

No	Nama <i>coffee shop</i>	Alamat <i>Coffee Shop</i>
1	Kedai Kopi Athar	Sialang
2	Limaempat Kopi	Bangun Purba Tengah
3	Ice Kopi & Thai Tea	Bangun Purba Tengah
4	Kedai Kopi Raden	Batu Gingging
5	D'coffee 88	Bandar Meriah
6	Bengkel Kopi Bang Den	Batu Gingging
7	Post Tiga Café (Three Post Station)	Bandar Gugung
8	L.A Coffee	Sukaluwei
9	Strar Coffe&Café	Batu Rata
10	Bandoel And The Coffee	Tanjung Purba
11	Botani Coffee & Shop	Ujung Rambe
12	Rainbow Coffee	Sialang
13	Kedai Kopi Rinjani	Sialang
14	Coffee & Shop Owa	Cimahi
15	Syuhada Coffee	Batu Rata
16	Kedai Kopi Penas	Damak Maliho
17	Oeyens Coffee	Perguroan
18	Coffee Ngombe	Bandar Meriah
19	Basecamp Coffee Royal	Geriahhan
20	Coffee Ahsan	Rumah Deleng
21	Spy Kupie	Sibaganding
22	Up Coffee	Bangun Purba
23	Sit You Coffee	Rumah Deleng
24	Kedai Kopi Zen	Bangun Purba
25	Warna Coffee	Sibaganding
26	Analogi Kopi	Cimahi
27	Dua Sudut Coffee Shop	Mabar
28	N&M Coffee	Bandar Kuala.
29	Dejavu Coffee And Caffee	Bagerpang
30	Coffee Gayo Bang Z	Bagerpang
31	Doyan Koffie	Bandar Gugung

Sumber Kecamatan Bangun Purba, 2024

3.3 Metode Pengumpulan Data

Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

- Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara dengan berpedoman pada daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada

wirausaha *coffee shop* di Kecamatan Bangun Purba.

- Data sekunder adalah data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal- jurnal penelitian, dan lembaga lainnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui berbagai sumber dan sarana. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek di lapangan. Observasi dapat dilakukan secara sistematis dan terencana agar data yang diperoleh benar-benar objektif dan relevan (Sugiyono 2017).

- Kuesioner

Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang efektif jika peneliti mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur dan apa yang diharapkan dari responden (Bungin, 2016). Skala likert ialah skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan biasanya digunakan dalam riset yang berupa survei. Skala likert juga digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan menggunakan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi variabel indikator. Indikator ini kemudian digunakan sebagai titik awal untuk mengembangkan item-item instrument dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap pertanyaan diberi peringkat dari sangat positif hingga negatif dengan menggunakan skala likert, sehingga jawaban dapat diberi rating.

Skala yang digunakan untuk kuesioner adalah skala likert, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2014).

Tingkatan skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Skala Likert

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

Perhitungan Rata-Rata Indeks Variabel

- Total Skor Variabel Penjumlahan total skor dari P1 hingga P4
- Rata-Rata Variabel (X):

$$\text{rata - rata variabel (X)} = \frac{\text{total skor variabel}}{\text{total observasi (n x k)}}$$

- Indeks rata-rata item

$$\text{indeks rata - rata item} = \frac{\text{jumlah indeks item}}{\text{jumlah item}}$$

- Indeks Rata-Rata Per Item (dari tabel Anda):

$$\text{indeks persentase} = \frac{\text{rata - rata variabel}}{\text{skor maksimum}} \times 100$$

3.4 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur serta mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian (Sukendra & Atmaja, 2020). Untuk mendapatkan data yang akurat, instrumen penelitian diharuskan reliabel (konsisten). Oleh sebab itu, sebelum melakukan tahap pengumpulan data, peneliti akan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian agar dapat memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar akurat dan dapat menghasilkan data yang terpercaya (Radjab & Jam'an, 2017).

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menentukan apakah sebuah kuesioner bisa diandalkan untuk mengukur konstruk atau variabel yang dituju. Kuesioner dianggap valid jika pernyataan-pernyataannya dapat secara akurat merefleksikan variabel atau konstruk yang diukur. Validitas instrumen penelitian dapat diukur dengan menghitung korelasi tiap skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel yang diukur (Ghozali, 2018).

Dalam menentukan apakah suatu item dapat digunakan, perlu dilakukan pengujian hubungan antara variabel X dan variabel Y menggunakan besarnya korelasi antara kedua variabel tersebut. Koefisien korelasi ditunjukkan dengan r , dan signifikansi antara r juga perlu diuji. Teknik korelasi yang diterapkan yaitu *corrected item total correlation*. Untuk memastikan validitas, nilai r hitung harus sama atau lebih besar dari r tabel. Setelah dilakukan penghitungan nilai korelasi antara variabel X dan variabel Y, uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel (Ghozali, 2018).

Salah satu cara untuk mengukurnya dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson*, yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total item, kemudian pengujian signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item dapat dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid (Priyatno Duwi, 2012).

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan sig 0,05 maka instrument berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan valid) pernyataan dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan sig 0,05 maka instrument tidak berkorelasi sig terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.4.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah metode pengukuran konsistensi jawaban dari responden dalam menjawab kuesioner. Salah satu cara mengukur reliabilitas adalah dengan pengukuran ulang (*Repeated Measure*) dimana narasumber akan diberi pernyataan yang sama pada waktu yang berbeda untuk mengetahui sejauh mana konsistensi jawaban mereka. Teknik statistik yang dipakai mengukur reliabilitas yaitu *koefisien Cronbach's Alpha*, dan kuesioner dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* nya lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2018).

Jika skala itu dikelompokkan kedalam lima dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d 0.20, berarti sangat tidak reliable
- b. Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d 0.40, berarti tidak reliable
- c. Nilai *Alpha Cronbach* 0,42 s.d 0.60, berarti cukup reliable
- d. Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d 0.80, berarti reliable
- e. Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d 1.00, berarti sangat reliable

3.5 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, dilakukan analisis kuantitatif menggunakan perangkat pengolahan data SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 25 untuk mengujipengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan model analisis regresi linier berganda dengan perlakuan uji tertentu, sebagai berikut:

3.6 Pengujian Asumsi Klasik

3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi terdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas residu, peneliti menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas yakni nilai *Asymp.sig. (2-tailed)*. Jika taraf signifikansi $> 0,05$ maka data residual terdistribusi normal (Ma'sumah, 2019).

3.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengukur apakah diantara variabel bebas terbentuk korelasi yang kuat atau tidak. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan mengamati nilai *tolerance* dan VIF. Dikatakan tidak mengandung multikolonieritas jika nilai VIF tidak lebih dari 10 (Purwanto, 2019). Jika *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka tidak ada multikolinearitas (Ma'sumah, 2019). Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Demikian pula, multikolinearitas terjadi antara variabel bebas jika nilai VIF lebih besar dari 10 (Ghozali, 2018)

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat keterkaitan yang signifikan antara variabel bebas dalam model regresi. Untuk memperoleh model regresi yang akurat, idealnya tidak terdapat korelasi antar

variabel bebas. Jika terdapat adanya korelasi antar variabel bebas, maka variabel-variabel tersebut tidak bisa dianggap sebagai variabel ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel bebas yang tidak memiliki nilai korelasi sesama variabel bebas. Dalam melakukan uji heteroskedastisitas, metode *Glejser* digunakan untuk menguji tingkat signifikansi hasil regresi berdasarkan nilai *absolute residual* yang terkumpul. Apabila tingkat signifikansi diatas 5% menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas, sedangkan dibawah 5% menunjukkan adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan alat yang ampuh untuk menentukan bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Ferdinand, 2014). Dalam menganalisis hubungan variabel bebas dan variabel terikat, analisis regresi linear berganda dapat digunakan menentukan sejauh mana variabel bebas tersebut dapat menjelaskan variabel terikat (Gani & Amalia, 2014). Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda berfungsi untuk memprediksi nilai variabel terikat yaitu minat berwirausaha (Y) dan variabel ekspetasi pendapatan (X_1), motivasi (X_2), modal (X_3), lingkungan social (X_4), media social (X_5) memanfaatkan *software* SPSS versi 25. Model persamaan dari penelitian ini adalah:

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

Keterangan :

Y	= Minat Berwirausaha
α	= Konstanta
X_1	= Ekspetasi Pendapatan
X_2	= Motivasi Internal
X_3	= Akses Modal

X_4	= Lingkungan Sosial
X_5	= Penggunaan Media Sosial
$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4 \beta_5$	= Kofisien Regresi
e	= Error Residu

3.8 Uji Ketepatan Model

3.8.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji F yang juga dikenal sebagai uji pengaruh simultan digunakan untuk melihat apakah variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan. Pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan, F hitung dibandingkan dengan nilai pada F tabel. Signifikansi pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen suatu model dapat ditentukan melalui ketentuan sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- Hipotesis nol (H_0) ditolak jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dan tingkat signifikansi (α) lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara simultan.
- Hipotesis nol (H_0) diterima jika nilai F hitung lebih kecil atau sama dengan F tabel dan tingkat signifikansi (α) lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen secara sendiri-sendiri tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.8.2 Uji T (Uji Hipotesis)

Dalam model regresi, peneliti menggunakan uji parsial atau uji t untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga mempermudah peneliti dalam memahami hubungan antar variabel dalam suatu fenomena (Ghozali, 2018). Prosedur membandingkan nilai t

tabel dengan t hitung sebagai berikut.

1. Jika $H_0: b_i \leq 0$ maka variabel bebas akan berpengaruh negatif terhadap variable terikat.
2. Jika $H_0: b_i \geq 0$ maka variabel bebas akan berpengaruh positif terhadap variabel terikat.
3. H_0 ditolak jika t hitung lebih besar dari t tabel dan tingkat signifikansi (α) lebih kecil dari 0,05. Akibatnya, variabel terikat dipengaruhi secara keseluruhan oleh variabel bebas.
4. H_0 diterima jika t hitung lebih kecil dari t tabel dan tingkat signifikansi (α) lebih besar dari 0,05. Akibatnya, variabel terikat tidak dipengaruhi secara keseluruhan oleh variabel bebas.

3.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2) atau *R-Square*

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen dengan nilai antara 0 dan 1. Besarnya nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada hasil perhitungan *Adjusted R Square*. *Adjusted R²* juga akan sama dengan 1 jika R^2 sama dengan 0, namun jika R^2 sama dengan 0, maka akan digunakan rumus $(1-k)(n-k)$ untuk menghitung *Adjusted R²* jika k lebih besar dari 1 yang dapat menghasilkan nilai *Adjusted R²* negatif (Ghozali, 2018).

3.10 Definisi Operasional Variabel

1. *Coffee shop* adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis minuman kopi, minumannan juga makanan yang dibalut dengan suasana yang nyaman disertai alunan musik, dan pelayanan yang ramah.
2. Minat berwirausaha adalah keinginan untuk mempunyai suatu usaha atau

bisnis. Minat berwirausaha pada wirausaha merupakan besarnya ketertarikan wirausaha terhadap bisnis *coffee shop* dan mempraktekkannya.

3. Ekspetasi Pendapatan (X_1) yaitu harapan untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi, karena ekspektasi pendapatan yang lebih tinggi akan semakin meningkatkan minat berwirausaha *Coffee Shop*
4. Motivasi Internal (X_2) yaitu dorongan dasar dari dalam diri sendiri dalam berwirausaha *coffee shop*.
5. Akses Modal (X_3) yaitu sumber modal yang berasal dari dalam (internal) dan dari luar (eksternal) yang dipergunakan untuk membuka usaha *coffee shop*
6. Lingkungan Sosial (X_4) yaitu dorongan yang timbul dari lingkungan teman sebaya sesama wirausaha *coffee shop* di kawasan tempat tinggalnya yang menginspirasi untuk melakukan suatu usaha *coffee shop*
7. Penggunaan Media sosial (X_5) media yang digunakan melibatkan informasi mengenai wirausaha *coffee shop*, inspirasi untuk berkolaborasi dengan sesame wirausaha *coffee shop*, memperluas jejaringan kontak yang terhubung dalam dunia wirausaha *coffee shop*.
8. Penelitian dilakukan dikecamatan Bangun Purba kabupaten Deli Serdang.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian diatas yang sudah diurai dari pada bab sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan bahwasannya: Ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh signifikan, Motivasi internal tidak berpengaruh signifikan, Akses modal tidak berpengaruh signifikan, Lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan, Penggunaan Media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha *coffee shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut: Disarankan agar memanfaatkan media sosial secara maksimal, baik sebagai sarana promosi, membangun jejaring bisnis, maupun sebagai sumber informasi dan inspirasi dalam membangun serta mengembangkan usaha *coffee shop*. Media sosial terbukti menjadi faktor penting yang berpengaruh terhadap peningkatan minat berwirausaha. Bagi pemerintah disarankan memberikan Program pelatihan intensif yang mengajarkan strategi pemasaran melalui berbagai platform media sosial termasuk pembuatan konten visual, optimasi iklan berbayar serta analisis data audiens. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini hanya mengkaji lima variabel, yakni ekspektasi pendapatan, motivasi internal, akses modal, lingkungan social, dan penggunaan media sosial. Untuk penelitian mendatang, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin relevan seperti Pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, atau minat konsumsi masyarakat local, guna mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ad'hiah, I. Rahmat, P. S. & Suryani, Y. 2024. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha dengan Literasi Keuangan Sebagai Mediator. *Jurnal Dimensi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 12(1), 88–100
- Adhitama, P. P. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro. Skripsi. Undip
- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Akbar, M. H. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada *Cafe Five Points* Semarang. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Alma, Buchari. 2010 Kewirausahaan (edisi revisi). Bandung: CV Alfabeta. A.M., Sardiman. 2001. Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Alma, B. 2007. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Anita, Eka Febri. 2012. Aplikasi Pendidikan Kewirausahaan Dalam Dunia Pendidikan. *assetanita.blogspot.com*.
- Ariani, Dorothea Wahyu. 2005. Manajemen Kualitas (*Pendekatan Sisi Kualitatif*). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Aulia, F., & Hidayat, T. 2021. Pengaruh Modal Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Kain Perca Di Kecamatan Medan Denai. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 119–132.
- Azuar Juliandi. 2013. Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi. Edisi Pertama. Penerbit: Media Inn, Medan.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Statistik Kopi Indonesia 2019*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Statistik Kopi Indonesia 2019*. Jakarta : Badan Pusat Statistik
- Bandura, A. 1997. *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Budi Wahyono. 2014. “Pengertian Minat Berwirausaha”. Di ambil dari <http://www.pendidikanekonomi.com/2014/07/pengertianminatberwirausaha>

ha.html pada tanggal 03 Juli 2021

- Bukirom, Indradi, H., Permana, A., & Martono. 2014. Pengaruh Pendidikan Berwirausaha Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Pembentukan Jiwa Berwirausaha Mahasiswa.
- Daryanto, & Aris Dwi Cahyono. 2013. Kewirausahaan: Penanaman Jiwa Kewirausahaan. Yogyakarta: Gava Media. DJaali. 2008. Psikologi Pendidikan. Jakarta : Bumi Aksara
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2011. Psikologi Belajar. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, S. 2014 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya. KajianMoral dan Kewarganegaraan, vol. 05(01). halaman 567-581
- Fuadi, I. F. 2009. Hubungan Minat Berwirausaha Dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK Negeri 1 Adiwerna Kabupaten Tegal. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin (PTM)*, 9(92), 92–98.
- Gerald, P.,and Saleh, K.E., 2011, “*Impact of Some Contextual Factors on entrepreneurial intention of University Students*” , African journal of Business Management, Vol.5, No.26, hal. 10707-10717.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, S. 2014, *Manajemen Sumber Daya Manusia Lanjutan, Edisi 1, Cetakan 1, Depublish, Yogyakarta*.
- Hanif, Akbar, Masfufah. 2015. *Analisa Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Cafe Five Points Semarang*. [Skripsi]. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Erlangga, Jakarta
- Herlambang, D. 2016. Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Bidik Misi Universitas Jember Angkatan 2012 dengan Variabel Kepribadian sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*.
- Herlyana, Elly. 2012. Fenomena *Coffe Shop* Sebagai Gejala Hidup Baru Kaum Muda. vol 3(hal 190):Thaqafiyat 2 .
- Hisrich, R.D., Peters, M.P., & Stepeherd, D.A. 2008. *Entrepreneurship*. New York: The McGraw Hill Irwin
- Hisrich, Robert. D. Michael P. Peters. Dean. A. Sheperd. 2012. *Kewirausahaan Entrepreneurship*. Jakarta: Salemba Empat
- Insana, D. R. M., Suseno, I., & Yolanda, Y. 2022. Minat Wirausaha Mahasiswa Berbasis Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi Covid 19. *Sosio e-*

Kons, 14(1), 22-31.

- Kardiana, T. C., & Melati, I. S. 2019. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepercayaan Diri, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 1182–1197.
- Khaerani, S. N., & Handayanti, P. 2022. Pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan sosial dan motivasi terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 18(4), 738–749.
- Kusnawan. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 1(1), 89–99.
- Mahanani, Hanum R. 2014. Analisis Pengaruh Internal dan Faktor lingkungan Eksternal terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada siswa SMA Negeri 1 Semarang). Semarang: fakultas Ekonomika dan Bisns. Universitas Diponegoro
- Masruroh, Fa'izatul & Suharningsih 2017. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa. Departemen Manajemen
- Muslihudin, and Anita Ilmaniati. 2017. “Pengaruh Efikasi Diri Dan Ekspektasi Pendapatan, Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK (SMK Al-Madina).” *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri* 1: 41–49.
- Newstrom, J. W., & Davis, K. (2013). *Organizational behavior: Human behavior at work* (13th ed.). McGraw-Hill Education
- Oktarilis, S. N., 2012, “Pengaruh faktor-Faktor Yang Dapat Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Wirausaha “, *Jurnal Kewirausahaan* , hal.1-18.
- Prihartini, E. & Sopiyan, P. 2023. Pengaruh motivasi dan modal usaha terhadap keputusan berwirausaha. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Informasi*, 4(2)
- Purnamawati, Zuli. 2009. Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha [Skripsi]. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univeritas Diponegoro
- Purwanto, Ngalim. 2007. Psikologi Pendidikan Remaja. Bandung:Rosdakarya
- Rahayu, F. R., & Hastuti, M. A. S. W. 2023. Pengaruh penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2(8), 2036–2052.
- Safrin M. 2016. Peran Generasi Muda Menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean)

- Ratsimanetrimanana, N., Randriamamonjy, F., & Razafindrakoto, R. 2019. Access to finance and entrepreneurial intention: An empirical study of Madagascan rural areas. *Access to Finance and Entrepreneurial Intention: An Empirical Study of Madagascan Rural Areas*.
- Satiti, R. & Ekowati, W. H. 2013. Faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan mahasiswa untuk berwirausaha. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 2(2), 1–16.
- Satiti, Rani. Ekowati, Wiwik Hidayah. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Mahasiswa untuk Berwirausaha. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*
- Safitri, M. E., & Maryanti, E. 2022. *Buku Ajar Kewirausahaan*. Penerbit Widina.
- Setiawan, D. 2016. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha [skripsi]. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Setiyaningsih, Dewi. 2017. "Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Pemanfaatan Business Center dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Tata Niaga SMK Negeri 1 Bawang Banjarnegara Tahun Ajaran 2016/2017". Skripsi, Universitas Negeri Semarang.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta
- Septianningsih. 2016 . Minat Siswa Dalam Mengikuti Pembelajaran Pendidikan Jasmani Di Smp Negeri 2 Tempel Kab. Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta". Skripsi. Yogyakarta: FIK Universitas Negeri Yogyakarta
- Sirad Hantoro, Kiat Sukses Berwirausaha, Adicita Karsa Nusa, Yogyakarta, Cet. Ke-1, 2005.
- Sondari, M. C. 2014. *Is Entrepreneurship Education Really Needed ? Examining the Antecedent of Entrepreneurial Career Intention*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115(Icices 2013), 44–53.
- Sugiyono, 2014. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif R&D*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:PT Alfabet.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit: Alfabeta, Bandung
- Suhartini, Yati. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat dalam Berwirausaha. *Jurnal AKMENIKA UPY*. Vol. 7. Diakses pada tanggal 21 November 2015.

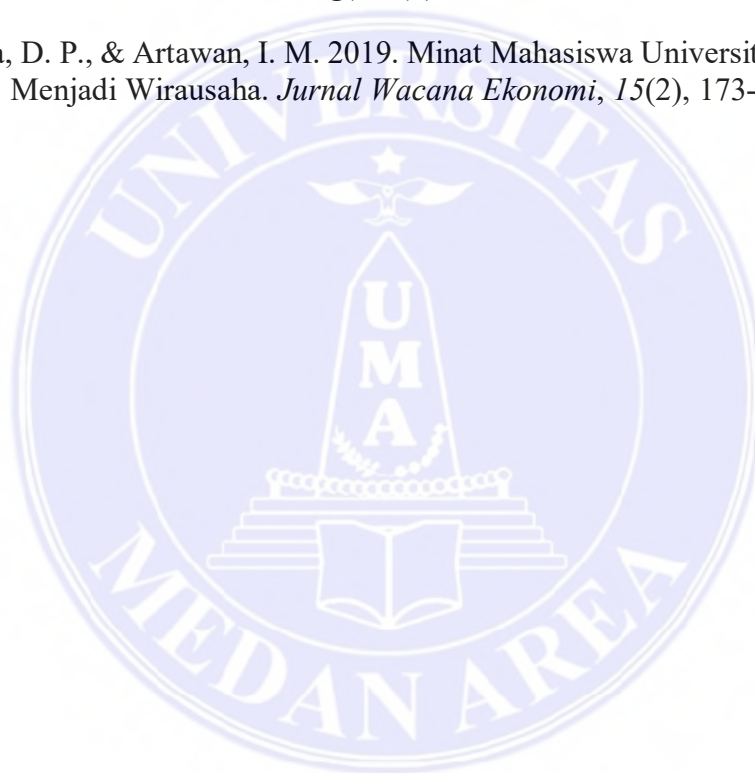
Suryana. 2014. kewirausahaan; Kiat dan Proses Menuju Sukses. Salemba Empat, Jakarta.

Susilawaty, Eka Astra. 2022. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa" dalam *Jurnal of Business Administration (JBA)*, Vol 2, No. 1

Warmadewa Menjadi Wirausaha. *Wacana Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Bisnis & Akuntansi*, 18(2), 127–134.

Widayati, E., Yunaz, H., Rambe, T., Siregar, B. W., Fauzi, A., & Romli, R. 2019. Pengembangan kewirausahaan dengan menciptakan wirausaha baru dan mandiri. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 6(2), 98-105.

Widjana, D. P., & Artawan, I. M. 2019. Minat Mahasiswa Universitas Warmadewa Menjadi Wirausaha. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 15(2), 173-178.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Minat Berwirausaha

Coffee Shop (Kedai Kopi) Di Kecamatan Bangun Purba

Kabupaten Deli Serdang

No Urut :

Tanggal Wawancara :

Nama *Coffee Shop* :

Assalamu'alaikum Wr Wb

Saya Alvina Yulianda 188220101 mahasiswi Program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul “Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wirausaha *Caffe Shop* di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang“.

Dalam rangka penelitian ini, saya memohon perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi lembaran angket ini dengan jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Angket ini hanya akan digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dan tidak akan digunakan untuk tujuan lain.. Demikian yang dapat saya tuturkan, atas perhatian, kerja sama, dan bantuan yang telah Bapak/Ibu berikan saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

A. Karakteristik Responden

- a. Nama responden :
- b. Status :
- c. Jenis kelamin :
- d. Pengalaman :
- e. Umur :
- f. Tanggungan :
- g. Agama :
- h. Pendidikan Terakhir :

B. Petunjuk pengisian kuisioner

- a) Bapak/Ibu/Saudara/I dimohon untuk menjawab semua pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini dengan jujur dan lengkap.
- b) Berikan tanda (✓) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I pilih sebagai jawaban yang paling sesuai
- c) Jawablah setiap pertanyaan/pernyataan dengan memilih hanya 1 opsi.

C. Ada 5 alternatif jawaban dan nilai skornya yaitu :

SS : Sangat Setuju (diberikan nilai 5)

S : Setuju (diberikan nilai 4)

KS : Kurang Setuju (diberikan nilai 3) TS : Tidak Setuju (diberikan nilai 2)

STS : Sangat Tidak Setuju (diberikan nilai 1)

D. Daftar Pernyataan

1. Variabel Minat Berwirausaha (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam membuka serta menjalankan usaha <i>coffee shop</i> yang saya jalani					
2	Saya selalu bekerja keras dalam berwirausaha <i>coffee shop</i> agar mencapai hasil yang baik					
3	Saya selalu siap dalam menyelesaikan resiko yang terjadi dalam usaha <i>coffee shop</i>					
4	Saya memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi dalam hal menjalankan usaha <i>coffee shop</i>					
5	Saya memilih berwirausaha <i>coffee shop</i> karna sejalan dengan hobi yang saya sukai					
6	Saya selalu siap dengan resiko dan kegagalan yang terjadi di masa yang akan mendatang dalam menjalankan usaha <i>coffee shop</i>					

2. Variabel Ekspektasi Pendapatan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya ingin menjadi seorang wirausaha untuk memperoleh pendapatan lebih besar daripada menjadi seorang karyawan					
2	Saya memiliki keinginan untuk mencapai pendapatan diatas rata-rata melalui usaha <i>coffee shop</i> yang saya tekuni					
3	Saya memiliki kebebasan dalam mengelola jadwal kerja saya sebagai seorang wirausaha <i>coffee shop</i>					
4	Saya merasa bahwa sebagai seorang wirausaha <i>coffee shop</i> saya memiliki keunggulan yang dapat memungkinkan saya mencapai pendapatan yang lebih					

3. Variabel Motivasi (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memiliki semangat serta tekad yang kuat untuk berhasil dalam menjalankan usaha <i>coffee shop</i>					
2	Saya memilih berwirausaha karna dapat dengan bebas mengembangkan ide-ide kreatif untuk perkembangan usaha <i>coffee shop</i> saya					
3	Saya memiliki keinginan untuk berinovasi serta tampil beda dalam menjalankan usaha <i>coffee shop</i> saya					
4	Saya siap dengan resiko dan kegagalan yang terjadi dalam membuka dan menjalankan usaha <i>coffee shop</i> saya					

4. Variabel Modal (X3)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menggunakan modal milik sendiri dalam memenuhi kebutuhan finansial dalam menjalankan usaha <i>coffee shop</i> saya					
2	Saya berencana untuk mencari modal tambahan melalui pinjaman bank, koperasi, atau sumber lainnya untuk mengurangi risiko kegagalan dan memastikan kesuksesan bisnis <i>coffee shop</i> saya.					
3	Saya memiliki keyakinan dalam kemudahan mendapatkan modal tambahan					
4	Saya memiliki kemampuan untuk mengelola modal dengan bijak dan efektif, sehingga dapat membantu meningkatkan keuntungan dan kesuksesan <i>coffee shop</i> saya					

5. Variabel Lingkungan Sosial

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik berwirausaha karena terinspirasi dari teman seusia saya yang menjalankan usaha					
2	Saya tertarik berwirausaha karena mendapatkan masukan tawaran kerja sama dari teman seusia saya					
3	Saya tertarik berwirausaha karna mendapat dukungan dari teman seusia saya					
4	Saya memilih berwirausaha karna mendapat tawaran modal dari rekan terdekat					

6. Variabel Media Sosial

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa tertarik berwirausaha melihat cerita sukses para wirausaha di media sosial					
2	Saya melihat dan merespon di media sosial berita terkini tentang wirausaha					
3	Saya memiliki keinginan untuk berkolaborasi dengan siapa saja yang dapat menguntungkan dalam menjalankan usaha					
4	Saya mempunyai jejaring kontak yang luas di media social yang berpotensi mendukung saya dalam menjalankan usaha					



Lampiran 2 Data Responden

Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Status Perkawinan	Pengalaman	Tanggungjawab Keluarga
Laki-Laki	20-25 tahun	SMA	Menikah	2	2
Laki-Laki	25-30 tahun	D3	Menikah	3	1
Laki-Laki	25-30 tahun	SMA	Menikah	3	1
Laki-Laki	20-25 tahun	SMA	Belum Menikah	2	0
Laki-Laki	30-35 tahun	D3	Menikah	4	2
Laki-Laki	25-30 tahun	SMA	Menikah	3	1
Perempuan	25-30 tahun	SMA	Menikah	2	0
Laki-Laki	20-25 tahun	SMA	Belum Menikah	2	0
Laki-Laki	20-25 tahun	SMA	Menikah	2	1
Laki-Laki	20-25 tahun	SMA	Belum Menikah	3	0
Laki-Laki	25-30 tahun	S1	Belum Menikah	2	0
Laki-Laki	20-25 tahun	SMA	Belum Menikah	2	0
Laki-Laki	25-30 tahun	SMA	Menikah	2	2
Laki-Laki	25-30 tahun	D3	Menikah	4	2
Perempuan	20-25 tahun	S1	Menikah	2	1
Perempuan	20-25 tahun	SMA	Belum Menikah	2	0
Laki-Laki	25-30 tahun	SMA	Menikah	3	1
Laki-Laki	30-35 tahun	D3	Menikah	4	2
Laki-Laki	25-30 tahun	SMA	Menikah	4	1
Laki-Laki	30-35 tahun	D3	Menikah	5	3
Laki-Laki	30-35 tahun	D3	Menikah	3	2
Perempuan	25-30 tahun	D3	Menikah	3	1
Laki-Laki	35-40 tahun	S1	Menikah	5	3
Laki-Laki	25-30 tahun	SMA	Menikah	3	2
Laki-Laki	30-35 tahun	S1	Menikah	4	2
Laki-Laki	35-40 tahun	SMA	Menikah	5	3
Perempuan	25-30 tahun	S1	Menikah	2	1
Laki-Laki	35-40 tahun	D3	Menikah	4	2
Laki-Laki	35-40 tahun	SMA	Menikah	5	2
Laki-Laki	30-35 tahun	SMA	Menikah	3	1
Laki-Laki	35-40 tahun	D3	Menikah	5	3

Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Penelitian

Ekspetasi Pendapatan					Motivasi				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
4	3	4	4	15	3	3	4	4	14
4	4	5	3	16	4	5	4	3	16
5	3	4	4	16	4	4	4	5	17
4	4	5	5	18	4	5	4	4	17
5	5	4	4	18	4	4	5	5	18
3	3	3	3	12	5	5	5	5	20
3	3	3	4	13	5	5	5	5	20
4	4	4	5	17	5	4	4	4	17
3	4	5	5	17	5	5	4	4	18
4	5	4	4	17	5	5	4	5	19
5	4	4	3	16	5	5	5	4	19
4	3	3	4	14	5	4	5	5	19
5	4	4	5	18	5	5	4	5	19
5	5	4	4	18	5	4	4	5	18
3	2	3	3	11	5	5	5	4	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	4	4	3	14	2	2	4	3	11
4	3	4	5	16	4	5	5	5	19
3	4	3	4	14	3	4	5	5	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	3	15	4	5	5	4	18
3	4	4	4	15	3	4	5	4	16
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
4	3	4	5	16	5	4	4	4	17
3	3	4	4	14	3	3	4	5	15
5	4	4	5	18	2	3	3	4	12
2	3	3	3	11	3	4	4	3	14
4	4	5	4	17	3	4	4	5	16
5	4	5	4	18	4	5	4	5	18
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

Modal					Lingkungan Sosial				
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL X4
3	3	4	4	14	4	4	5	4	17
4	3	4	4	15	4	3	4	3	14
4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
3	4	4	4	15	3	3	4	4	14
5	4	4	5	18	4	5	5	5	19
5	4	4	5	18	4	5	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
5	4	5	5	19	4	5	4	3	16
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
3	4	4	4	15	4	4	3	2	13
5	5	4	4	18	3	4	4	5	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	4	4	4	15	3	2	2	4	11
5	5	4	5	19	4	4	5	5	18
4	5	5	4	18	4	3	4	5	16
5	4	4	5	18	4	5	5	5	19
4	3	4	4	15	4	4	4	3	15
4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
4	5	4	4	17	5	5	5	4	19
4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
3	4	3	4	14	4	5	4	5	18
5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
4	4	4	5	17	5	4	5	5	19
5	4	5	4	18	4	5	5	3	17
5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
4	3	3	4	14	4	3	3	4	14

Media Sosial					Minat Berwirausaha							
X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	TOTAL X5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total Y	
4	3	3	4	14	5	4	4	3	5	4	25	
5	4	3	3	15	4	3	4	4	3	4	22	
4	4	4	3	15	3	4	4	3	3	4	21	
4	5	4	4	17	4	3	4	4	4	5	24	
4	4	5	4	17	4	3	3	4	4	4	22	
5	4	4	4	17	5	5	4	5	5	4	28	
5	4	5	3	17	5	5	3	3	4	5	25	
5	4	3	4	16	5	4	4	5	5	4	27	
5	4	4	3	16	5	5	4	4	4	4	26	
5	5	5	3	18	5	4	4	5	5	4	27	
4	4	5	5	18	5	3	3	5	5	4	25	
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	
4	5	4	5	18	5	3	3	3	4	3	21	
4	4	4	4	16	4	5	3	5	5	4	26	
5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	5	26	
5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	4	27	
5	5	5	3	18	5	5	5	5	4	5	29	
4	3	4	3	14	4	3	4	4	4	3	22	
5	5	5	5	20	4	4	5	4	5	5	27	
4	4	3	4	15	4	4	3	4	4	4	23	
5	5	4	5	19	5	4	5	5	4	5	28	
4	5	3	5	17	4	5	4	5	5	4	27	
3	4	4	4	15	4	4	3	4	4	5	24	
5	4	5	4	18	5	5	4	3	4	4	25	
3	4	4	4	15	4	3	5	4	4	5	25	
4	3	5	3	15	4	4	3	3	3	4	21	
5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29	
3	4	4	4	15	4	4	3	4	3	3	21	
5	5	5	5	20	5	4	3	5	4	5	26	
4	4	4	4	16	4	5	4	3	3	3	22	
4	3	4	3	14	4	3	4	4	5	4	24	

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas)

Ekspetasi Pendapatan

		Ekpetasi Pendapat an
X1.1	Pearson Correlation	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	31
X1.2	Pearson Correlation	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	31
X1.3	Pearson Correlation	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	31
X1.4	Pearson Correlation	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	31
Ekpetasi Pendapatan	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	31

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	4

Variabel Motivasi

		Correlations				TOTA LX2
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
X2.1	Pearson Correlation	1	.728**	.381*	.362*	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.035	.045	.000
	N	31	31	31	31	31
X2.2	Pearson Correlation	.728**	1	.449*	.288	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.011	.116	.000
	N	31	31	31	31	31
X2.3	Pearson Correlation	.381*	.449*	1	.339	.658**
	Sig. (2-tailed)	.035	.011		.045	.000

	Sig. (2-tailed)	.035	.011		.062	.000
	N	31	31	31	31	31
X2.4	Pearson Correlation	.362*	.288	.339	1	.628**
	Sig. (2-tailed)	.045	.116	.062		.000
	N	31	31	31	31	31
TOTALX2	Pearson Correlation	.869**	.844**	.658**	.628**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	31	31	31	31	31

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.747	4

Variabel Modal

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.481**	.551**	.522**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.006	.001	.003	.000
	N	31	31	31	31	31
X3.2	Pearson Correlation	.481**	1	.519**	.153	.737**
	Sig. (2-tailed)	.006		.003	.412	.000
	N	31	31	31	31	31
X3.3	Pearson Correlation	.551**	.519**	1	.295	.785**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.107	.000
	N	31	31	31	31	31
X3.4	Pearson Correlation	.522**	.153	.295	1	.609**
	Sig. (2-tailed)	.003	.412	.107		.000
	N	31	31	31	31	31
TOTALX3	Pearson Correlation	.868**	.737**	.785**	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	31	31	31	31	31

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.747	4

Variabel Lingkungan Sosial

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTALX4
X4.1	Pearson Correlation	1	.661**	.444*	.176	.740**
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.343	.000
	N	31	31	31	31	31
X4.2	Pearson Correlation	.661**	1	.635**	.174	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.349	.000
	N	31	31	31	31	31
X4.3	Pearson Correlation	.444*	.635**	1	.425*	.835**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000		.017	.000
	N	31	31	31	31	31
X4.4	Pearson Correlation	.176	.174	.425*	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.343	.349	.017		.000
	N	31	31	31	31	31
TOTALX4	Pearson Correlation	.740**	.827**	.835**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	31	31	31	31	31

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	4

Variabel Media Sosial

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	TOTALX5
X5.1	Pearson Correlation	1	.416*	.318	.065	.628**
	Sig. (2-tailed)		.020	.081	.728	.000
	N	31	31	31	31	31
X5.2	Pearson Correlation	.416*	1	.307	.579**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.020		.093	.001	.000
	N	31	31	31	31	31
X5.3	Pearson Correlation	.318	.307	1	.120	.632**
	Sig. (2-tailed)	.081	.093		.520	.000
	N	31	31	31	31	31
X5.4	Pearson Correlation	.065	.579**	.120	1	.666**

	Sig. (2-tailed)	.728	.001	.520		.000
	N	31	31	31	31	31
TOTALX5	Pearson Correlation	.628**	.831**	.632**	.666**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	31	31	31	31	31

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.625	4

Variabel Minat Berwirausaha

Correlations

		TOTALY
Y1	Pearson Correlation	.615**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	31
Y2	Pearson Correlation	.517**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	31
Y3	Pearson Correlation	.514**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	31
Y4	Pearson Correlation	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	31
Y5	Pearson Correlation	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	31
Y6	Pearson Correlation	.584**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	31
TOTALY	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	31

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.633	6

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov

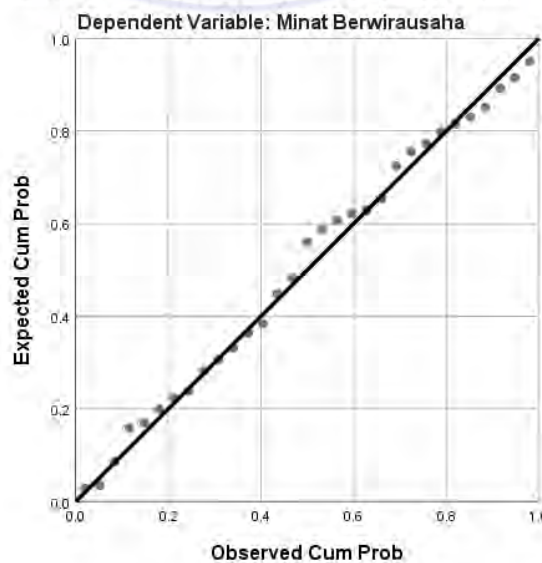
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78240666
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.088
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Uji P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Ekpetasi Pendapatan	.860	1.162
	Motivasi	.755	1.324
	Modal	.405	2.467
	Lingkungan Sosial	.543	1.840
	Media Sosial	.584	1.711

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Hasil Uji Heteroskedastisitas

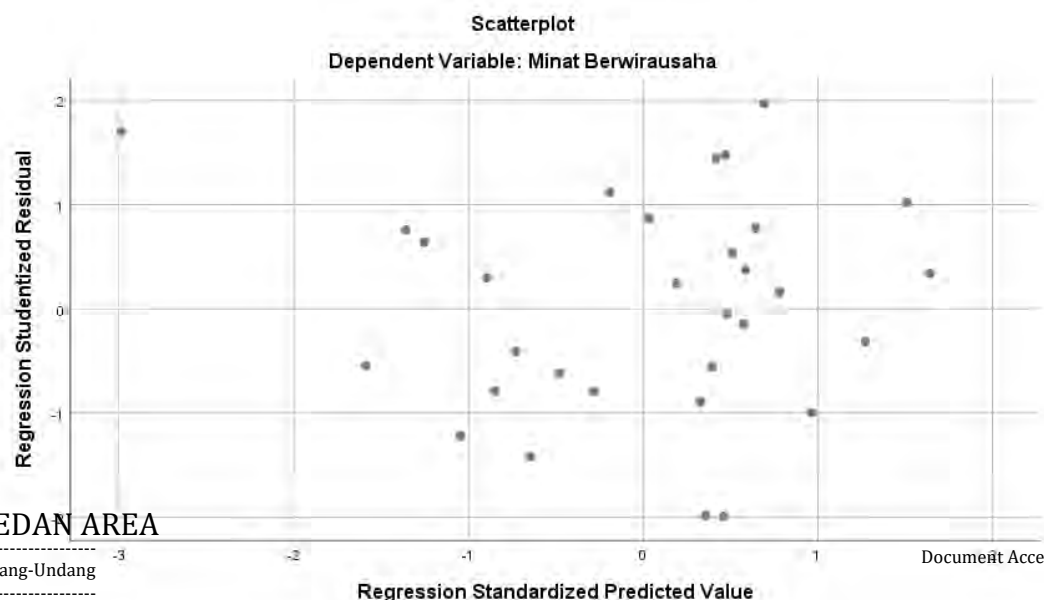
Uji Glesjer

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.801	2.129		.846	.406
	Ekpetasi Pendapatan	.005	.087	.012	.056	.956
	Motivasi	-.077	.093	-.185	-.833	.413
	Modal	.082	.156	.159	.525	.604
	Lingkungan Sosial	.062	.106	.153	.586	.563
	Media Sosial	-.091	.123	-.185	-.735	.469

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji Scatterplot



Lampiran 6 Uji Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.472	4.151		1.800	.084
	Ekpetasi Pendapatan	.217	.169	.201	1.284	.211
	Motivasi	.181	.181	.167	.998	.328
	Modal	-.275	.304	-.206	-.904	.375
	Lingkungan Sosial	.248	.206	.236	1.200	.241
	Media Sosial	.667	.240	.527	2.773	.010

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Lampiran 7 Uji Signifikasi Simultan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.530	5	17.106	4.487	.005 ^b
	Residual	95.309	25	3.812		
	Total	180.839	30			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Lingkungan Sosial, Modal, Motivasi, Ekspetasi Pendapatan

Lampiran 8 Uji Hipotesis Uji T

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.472	4.151		1.800	.084
	Ekpetasi Pendapatan	.217	.169	.201	1.284	.211
	Motivasi	.181	.181	.167	.998	.328
	Modal	-.275	.304	-.206	-.904	.375
	Lingkungan Sosial	.248	.206	.236	1.200	.241
	Media Sosial	.667	.240	.527	2.773	.010

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Lampiran 9 Koefisien Determinasi Uji R²

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.473	.368	1.953

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Lingkungan Sosial, Modal, Motivasi, Ekspetasi Pendapatan

Lampiran 10 Karakteristik Responden

		Statistics				
		Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Status Perkawinan	Tanggungjan Keluarga
N	Valid	31	31	31	31	31
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		1.1935	2.2258	1.7419	1.1935	2.3226
Median		1.0000	2.0000	2.0000	1.0000	2.0000
Minimum		1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Maximum		2.00	4.00	3.00	2.00	4.00

Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-laki	25	80.6	80.6	80.6
	Perempuan	6	19.4	19.4	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	20-25 Tahun	9	29.0	29.0	29.0
	25-30 Tahun	11	35.5	35.5	64.5
	30-35 Tahun	6	19.4	19.4	83.9
	35-40 Tahun	5	16.1	16.1	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	15	48.4	48.4	48.4
	D3	9	29.0	29.0	77.4
	S1	7	22.6	22.6	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Status Perkawinan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menikah	25	80.6	80.6	80.6
	Belum Menikah	6	19.4	19.4	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga

Tanggungan Keluarga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 Tanggungan	7	22.6	22.6	22.6
	1 Tanggungan	11	35.5	35.5	58.1
	2 Tanggungan	9	29.0	29.0	87.1
	3 Tanggungan	4	12.9	12.9	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman

Pengalaman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 Tahun	11	35.5	35.5	35.5
	3 Tahun	9	29.0	29.0	64.5
	4 Tahun	6	19.4	19.4	83.9
	5 Tahun	5	16.1	16.1	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 2 Wawancara Dengan Pemilik Kedai Kopi Athar



Gambar 2 Wawancara Dengan Barista Kedai Kopi Athar



Gambar 3 Mesin Kopi Kedai Athar




Gambar 4 Live Musik Kedai Kopi Athar



Gambar 5 Wawancara Dengan Pemilik Kedai Kopi Rinjani

SURAT PENGANTAR RISET

 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366875, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 2163/FP.2/01.10/VI/2023 Medan, 01 Juli 2023
Lamp. : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Kepada yth.
Camat Bangun Purba
Jl. Perintis Kemerdekaan, Bangun Purba Tengah,
Bangun Purba, Deli Serdang 20581
di _____
Tempat _____


Dengan hormat,
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama:

Nama : Alvina Yulianda
NIM : 188220101
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kantor Camat Bangun Purba, Kabupaten Deli Serdang untuk kepentingan skripsi berjudul **“Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal terhadap Minat Pemuda Milenial dalam Berwirausaha Coffee Shop (Kedai Kopi) di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang”**.


Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Ir. Zulheri Noer, MP

Tembusan:
1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip

SURAT SELESAI RISET

 **PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG**
KECAMATAN BANGUN PURBA
Jalan Perintis Kemerdekaan No. 2 Kode Pos 20581
Surel : Kecbangunpurba@gmail.com Laman : bangun.purba.deliserdangkab.go.id

Bangun Purba, 12 Oktober 2023

Nomor : 421/807A
Lamp : 1 Lampiran
Hal : Balasan
Perihal : Selesai nya Pengambilan Data Riset

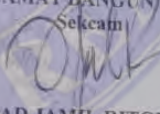
Kepada Yth,
Universitas Medan Area Fakultas Pertanian
di -
Tempat

Dengan Hormat

Menanggapi surat dari Universitas Medan Area Fakultas Pertanian perihal tentang berakhirnya Pengambilan Data/Riset di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang guna untuk penyelesaian Study dan Penyusunan Skripsi Mahasiswa Program Studi S-1 Universitas Medan Area Fakultas Pertanian, atas nama sebagai berikut :

Nama : ALVINA YULIANDA
NPM : 188220101
Judul : "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Minat Berwirausaha Coffee Shop (Kedai Kopi) di Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang"
Tempat : Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang
Waktu : 07 Juli 2023 s/d 01 Agustus 2023

Demikian surat ini kami sampaikan agar dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

An. CAMAT BANGUN PURBA
Sekcam

AHMAD JAMIL RITONGA, S.Sos
Nip.19701201 199312 1 002