

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Deskripsi Data

Pada penelitian ini disusun berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner. Dalam penelitian ini mencakup data variabel pola penggunaan kemajuan teknologi informasi, media sosial youtube dan keputusan berwirausaha dengan sampel sebanyak 88 pelaku usaha muda yang ada di 3 desa yaitu Batu merah, Lampihong Kanan dan Hilir Pasar Kecamatan Lampihong Kabupaten Balangan.

2. Lokasi Penelitian

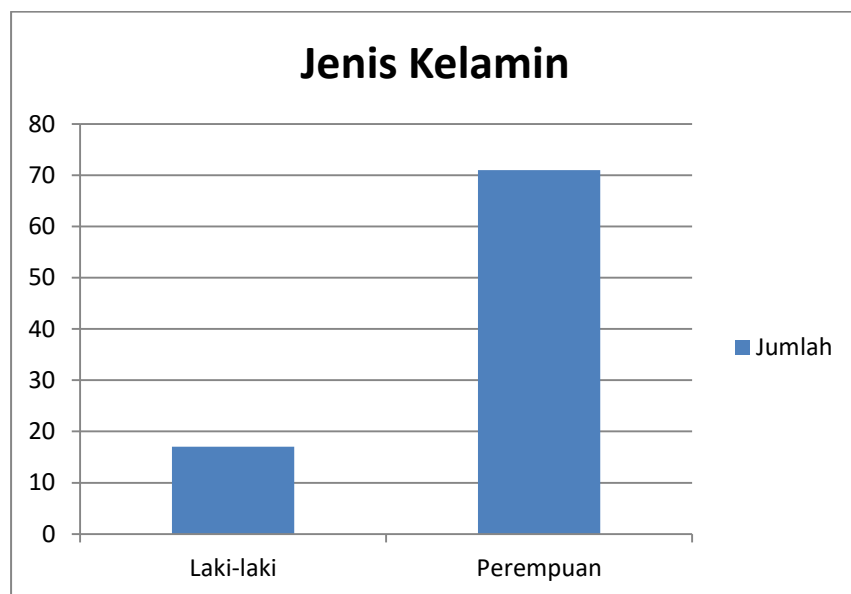
Lokasi penelitian ada 3 desa yaitu desa Batu Merah, Lampihong Kanan dan Hilir Pasar Kecamatan Lampihong Kabupaten Balangan Kalimantan Selatan merupakan lokasi yang dijadikan objek penelitian karena desa yang dipilih tersebut berada di kecamatan yang banyak masyarakatnya berwirausaha.

3. Karakteristik Responden

Data yang diberikan dalam penelitian ini adalah data yang dilakukan dengan cara penyebaran angket secara langsung berbentuk print lay out kepada para pemuda yang berwirausaha di desa Batu Merah Lampihong Kanan dan Hilir Pasar Kecamatan Lampihong

Kabupaten Balangan. Hasil total kuesioner yang dibagikan adalah 88 responden. Angket yan diperoleh dari jawaban responden merupakan data yang sangat penting untuk mengetahui karakteristik respondenn yang menadi sampel dalam penelitian ini.

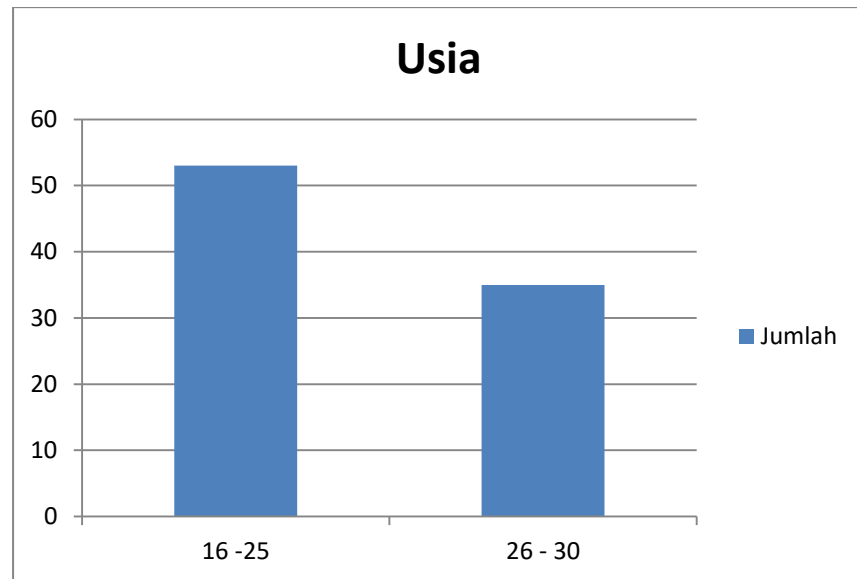
a. Jenis kelamin responden



Gambar 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan gambar diatas, data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menyatakan bahwa responden laki-laki sebanyak 17 orang dan responden perempuan 71 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang mengisi kuesioner ini didominasi perempuan sebagai pengusaha muda.

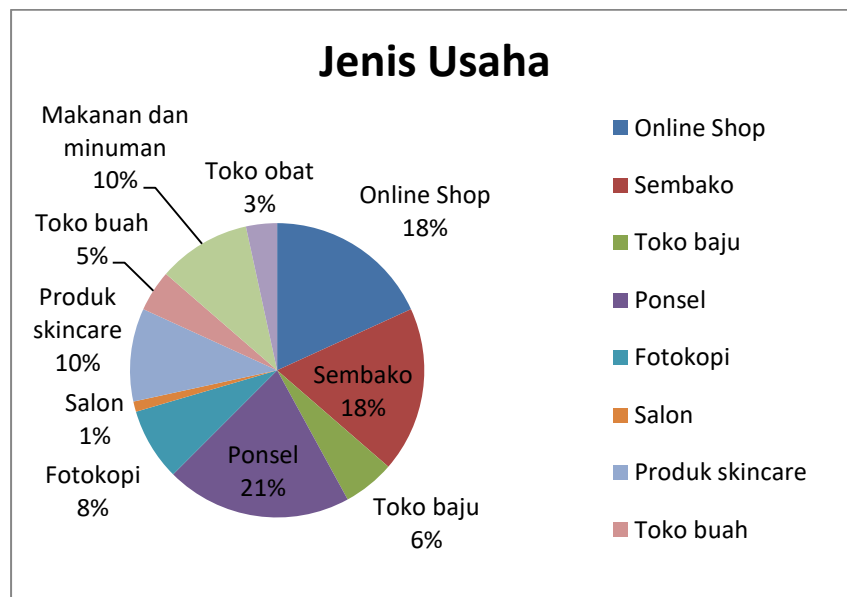
b. Umur responden



Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan umur

Berdasarkan dari gambar diatas, data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner menyatakan baha responden usia muda berusia di dominasi umur 16-25 tahun yaitu 53 orang, sedangkan umur 26 – 30 itu 35 orang. Dari keterangan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengisian kuesioner di dominasi oleh kelompok usia 16 – 25 tahun.

c. Jenis usaha



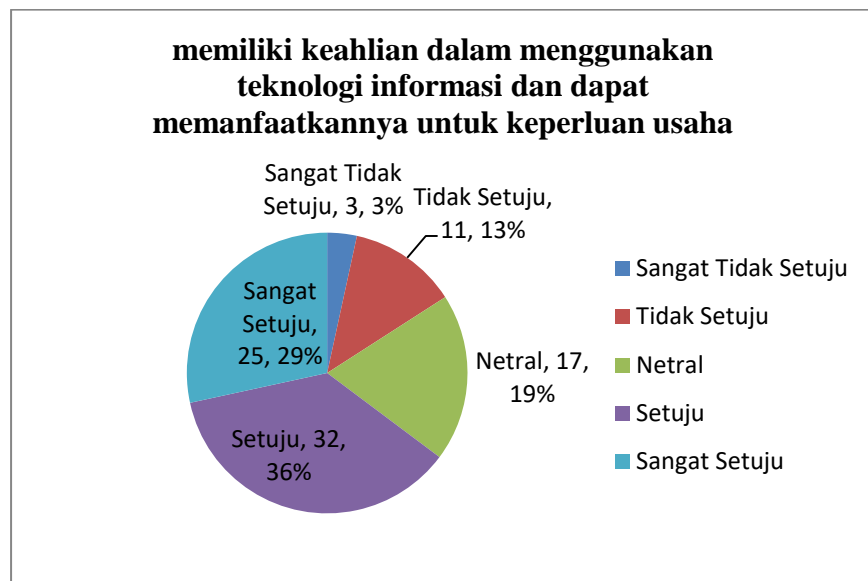
Gambar 4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha

Berdasarkan diagram lingkaran diatas, data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menyatakan bahwa responden dengan jenis usaha online shop berjumlah 16 orang atau 18%, sembako berjumlah 16 orang atau 18%, toko baju berjumlah 5 orang atau 6%, ponsel berjumlah 18 orang atau 21%, fotocopy berjumlah 7 orang atau 8%, salon berjumlah 1 orang atau 1%, produk skincare berjumlah 9 orang atau 10%, toko buah berjumlah 4 orang atau 5%, makanan dan minuman berjumlah 9 orang atau 10% dan toko obat berjumlah 3 orang atau 3%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan, bahwa responden yang mengisi kuesioner didominasi oleh responden jenis usaha ponsel.

4. Uji Instrument Penelitian

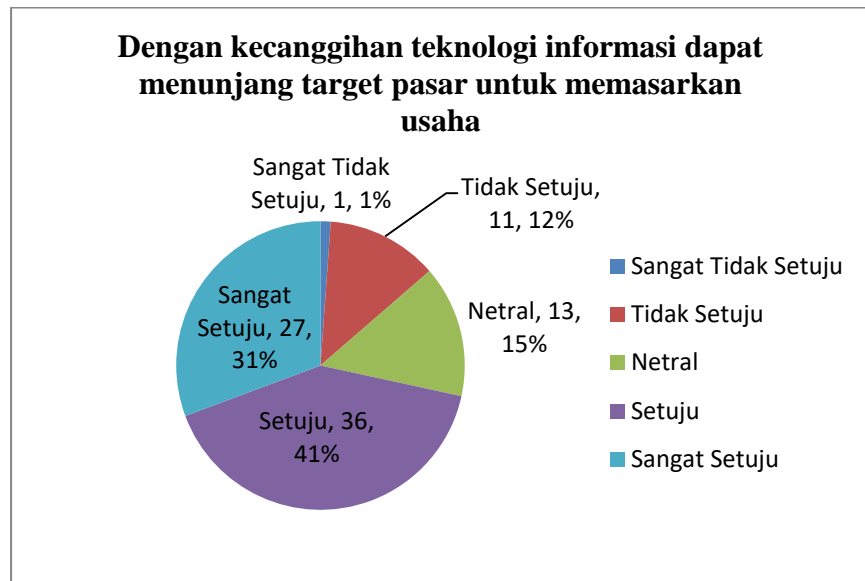
Dari hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran keterlibatan media youtube dan kemajuan teknologi terhadap keputusan para pemuda berwirausaha dapat diuraikan sebagai berikut

a. Pernyataan Responden Terhadap Variabel Kemajuan Teknologi Informasi (X1)



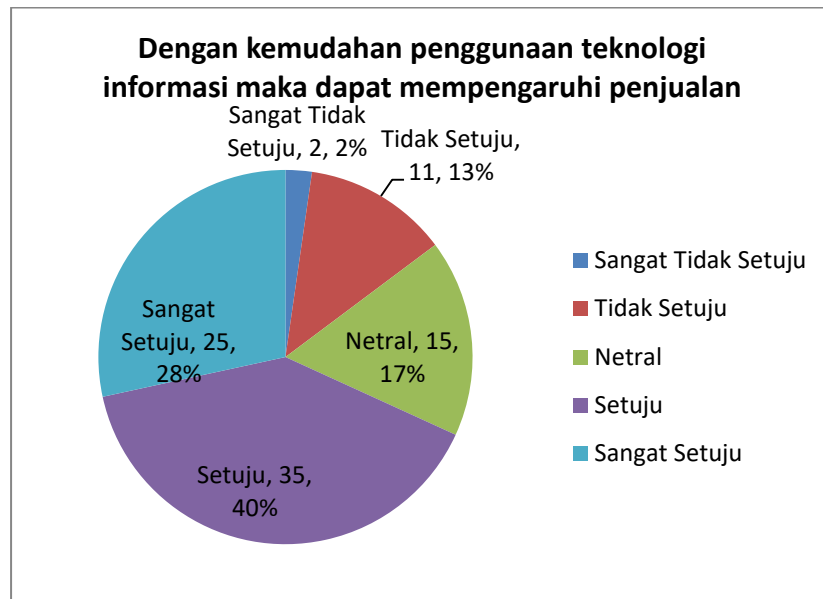
Gambar 4.4 Memiliki keahlian dalam menggunakan teknologi informasi dan dapat memanfaatkannya untuk keperluan usaha (X1.1)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 32 responden atau 36%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan memiliki keahlian dalam menggunakan teknologi informasi dan dapat memanfaatkannya untuk keperluan usaha.



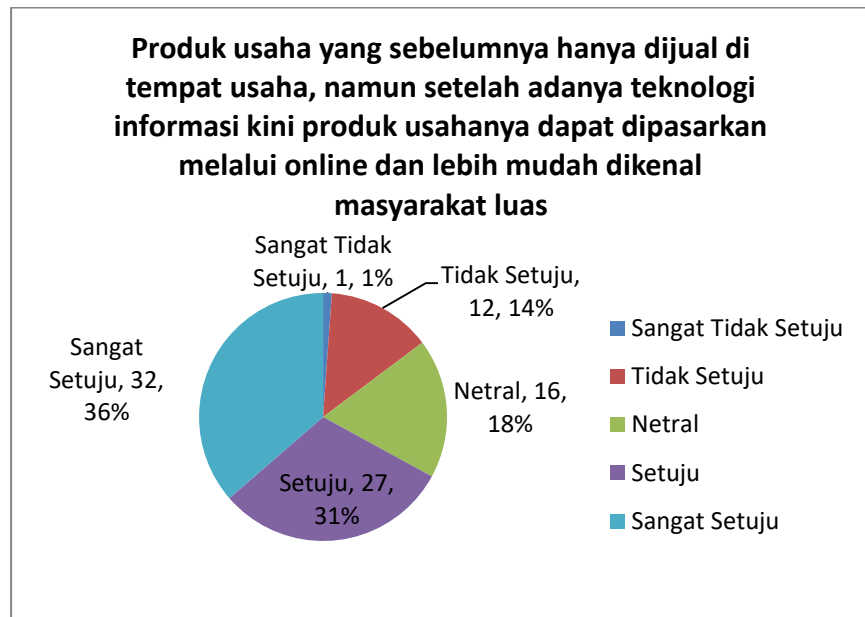
Gambar 4.5 Dengan kecanggihan teknologi informasi dapat menunjang target pasar untuk memasarkan usaha (X1.2)

Bedasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 36 responden atau 36,41%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan dengan kecanggihan teknologi informasi dapat menunjang target pasar untuk memasarkan produk usaha.



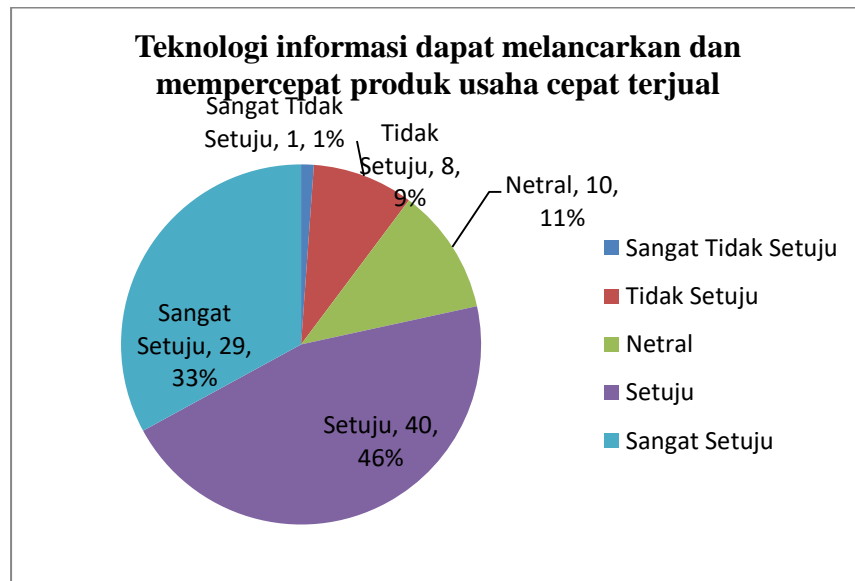
Gambar 4.6 Dengan kemudahan penggunaan teknologi informasi maka dapat mempengaruhi penjualan (X1.3)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 35 responden atau 40%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan dengan kemudahan penggunaan teknologi informasi maka dapat mempengaruhi penjualan usaha yang dilakukan.



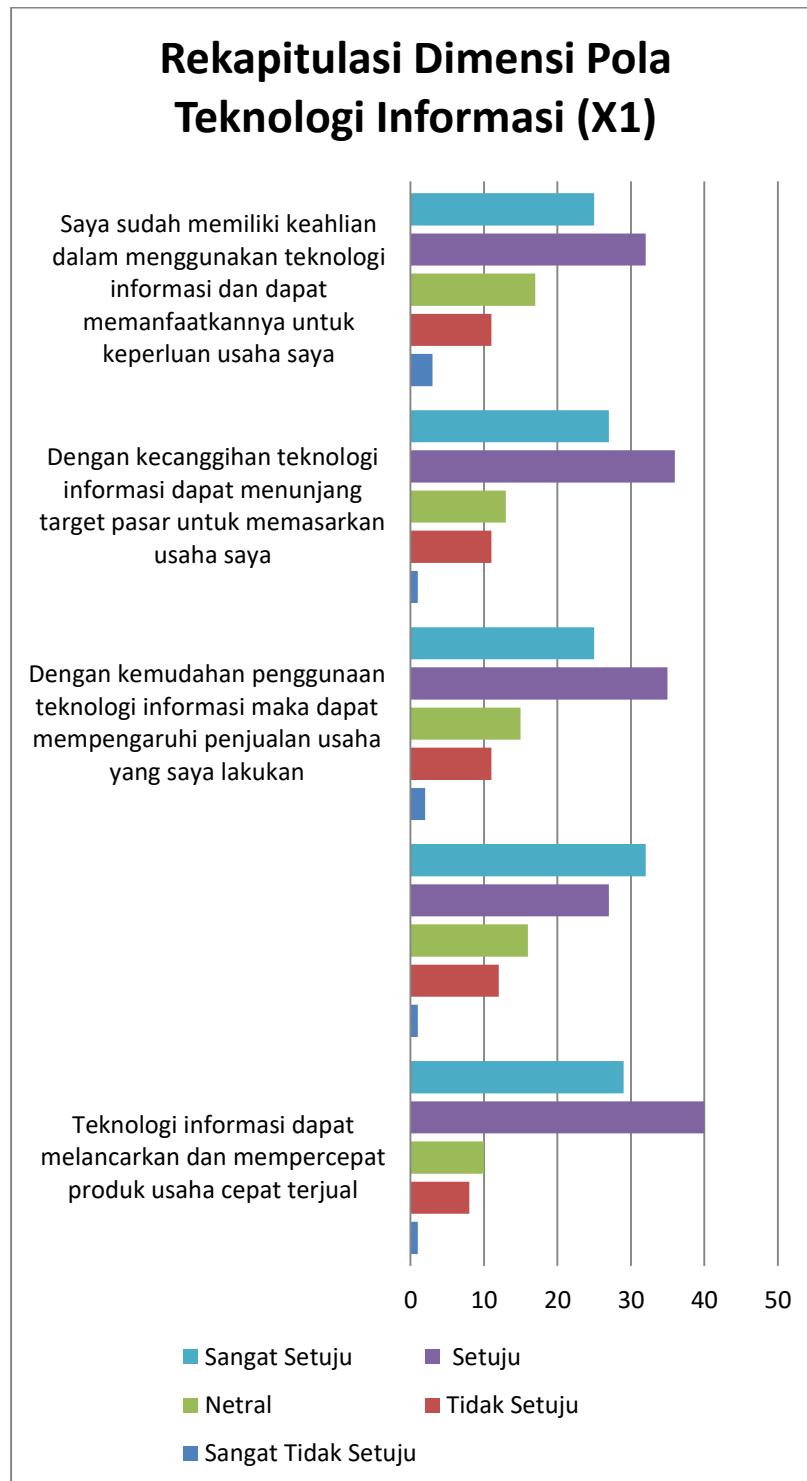
Gambar 4.7 Produk usaha yang sebelumnya hanya dijual di tempat usaha, namun setelah adanya teknologi informasi kini produk usahanya dapat dipasarkan melalui online dan lebih mudah dikenal masyarakat luas (X1.4)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 32 esponden atau 36%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha sangat setuju dengan pernyataan produk usaha yang sebelumnya hanya dijual ditempat usaha, namun setelah adanya teknologi informasi kini produk usahanya dapat dipasarkan melalui online dan lebih mudah dikenal masyarakat luas.



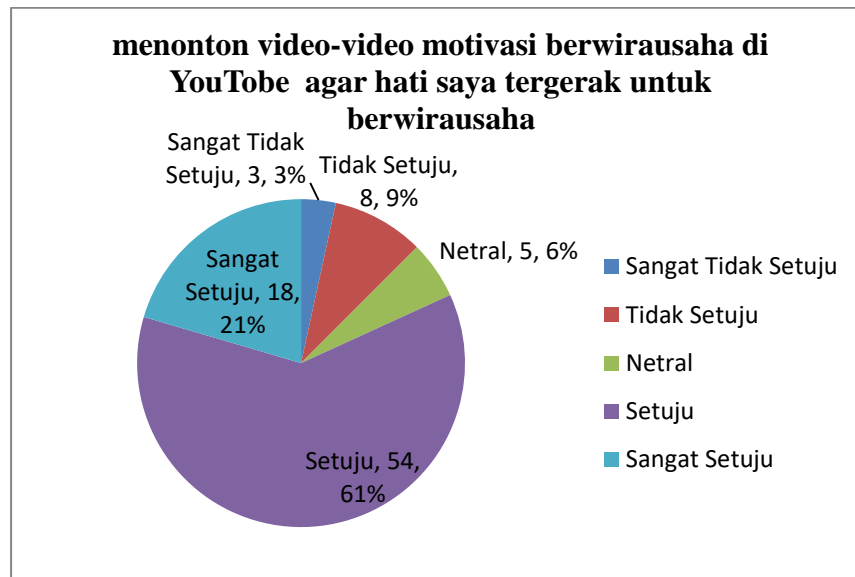
Gambar 4.8 Teknologi informasi dapat melancarkan dan mempercepat produk usaha cepat terjual (X1.5)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 40 responden atau 46%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan teknologi informasi dapat melancarkan dan mempercepat produk usaha agar cepat terjual.



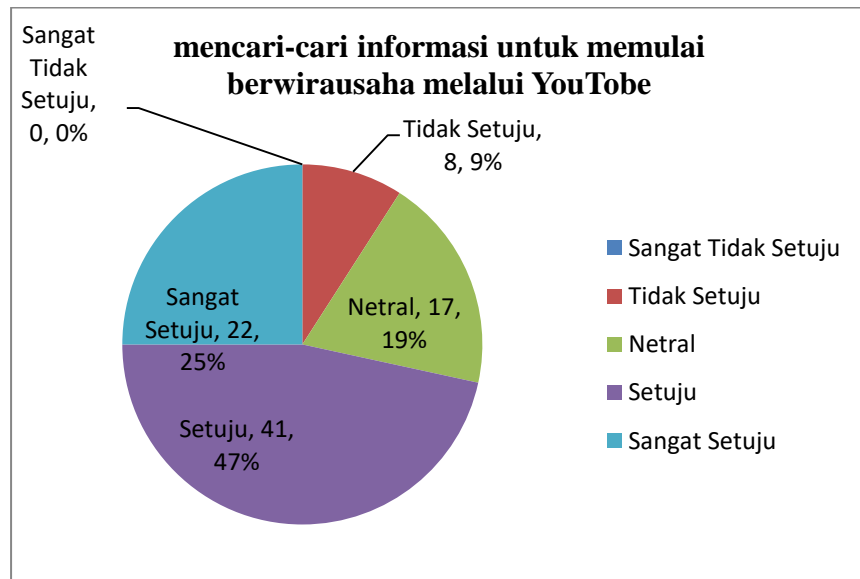
Gambar 4.9 Rekapitulasi dimensi pola teknologi informasi (X1)

- b. Pernyataan responden terhadap Variabel Media Sosial YouTube
(X2)



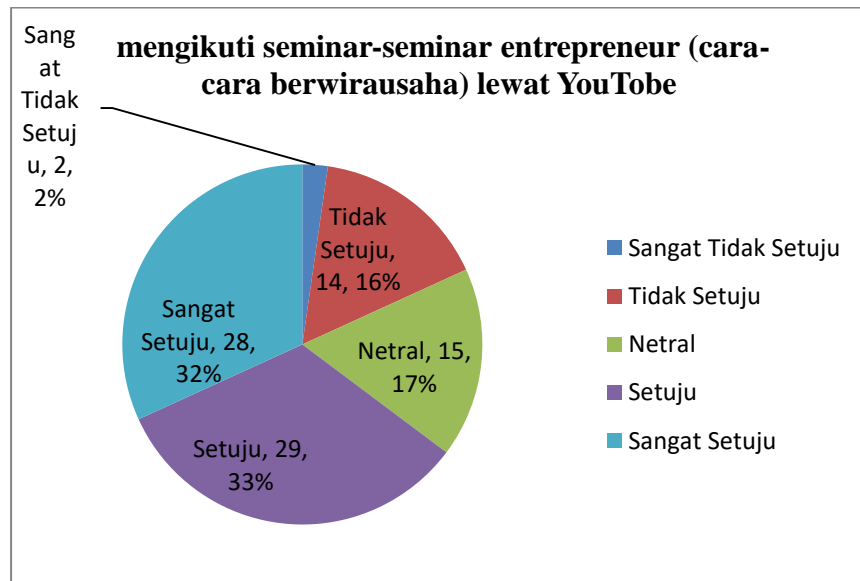
Gambar 4.10 menonton video-video motivasi berwirausaha di YouTube agar hati saya tergerak untuk berwirausaha (X2.1)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 54 responden atau 61%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan menonton video-video di YouTube agar hati saya tergerak untuk berwirausaha.



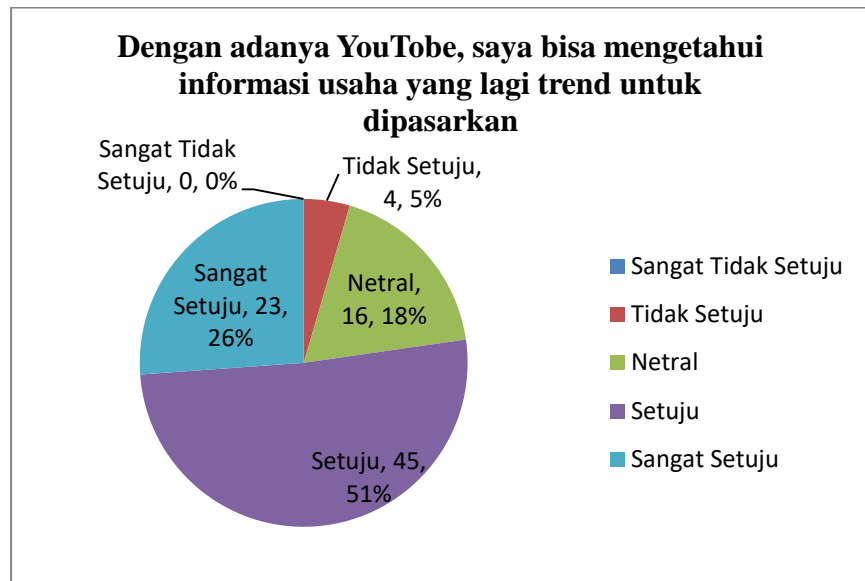
Gambar 4.11 mencari-cari informasi untuk memulai berwirausaha melalui YouTube (X2.2)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 41 responden atau 47%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan mencari-cari informasi untuk memulai berwirausaha melalui YouTube.



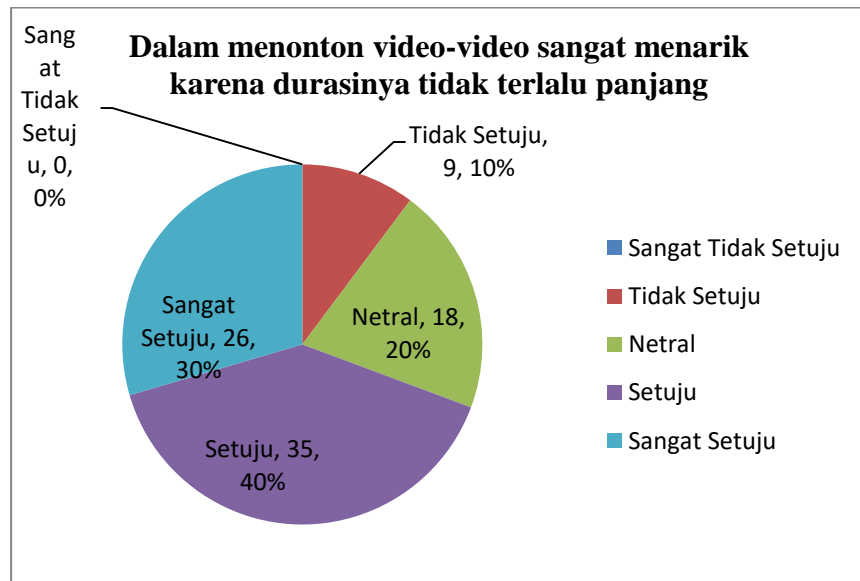
Gambar 4.12 Mengikuti seminar-seminar entrepreneur (cara-cara berwirausaha) lewat YouTube (X2.3)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju dan tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 28 responden atau 32% untuk tanggapan sangat setuju dan 29 responden atau 33% untuk tanggapan setuju. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan mengikuti seminar-seminar entrepreneur (cara-cara berwirausaha) lewat youtube.



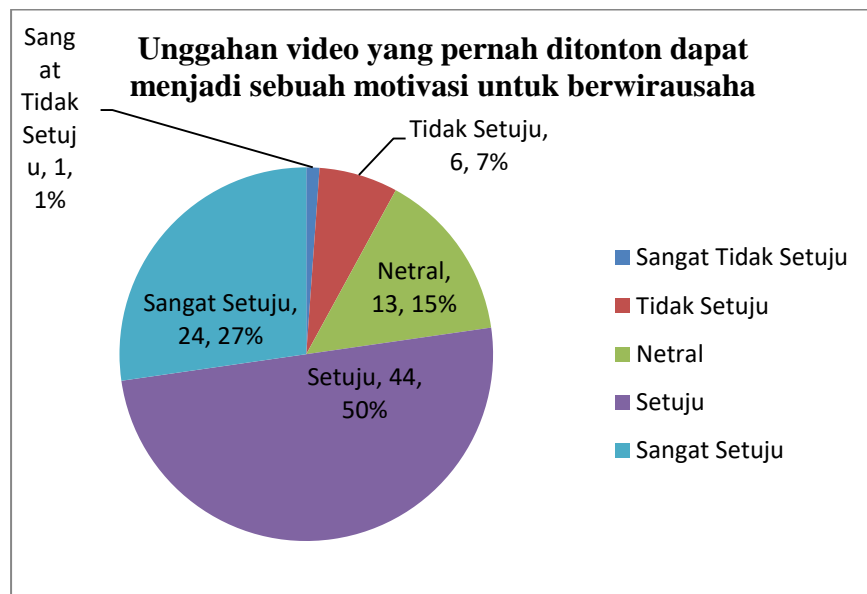
Gambar 4.13 Dengan adanya YouTube, saya bisa mengetahui informasi usaha yang lagi trend untuk dipasarkan (X2.4)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 45 responden atau 51%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan dengan adanya youtube, bisa mengetahui informasi usaha yang trend untuk dipasarkan.



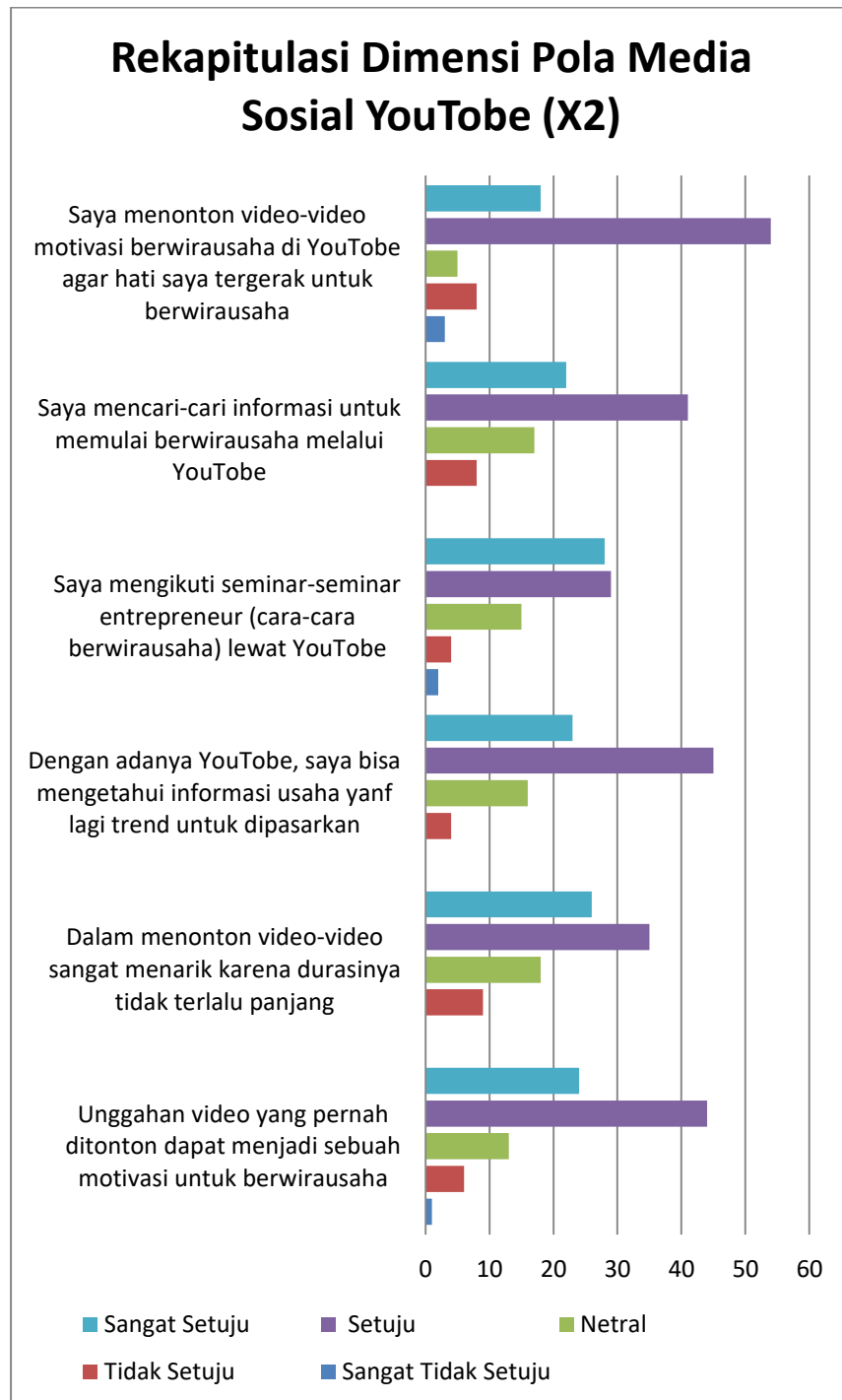
Gambar 4.14 Dalam menonton video-video sangat menarik karena durasinya tidak terlalu panjang(X2.5)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 35 responden atau 40%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan menonton video-video sangat menarik karena durasinya tidak terlalu panjang.



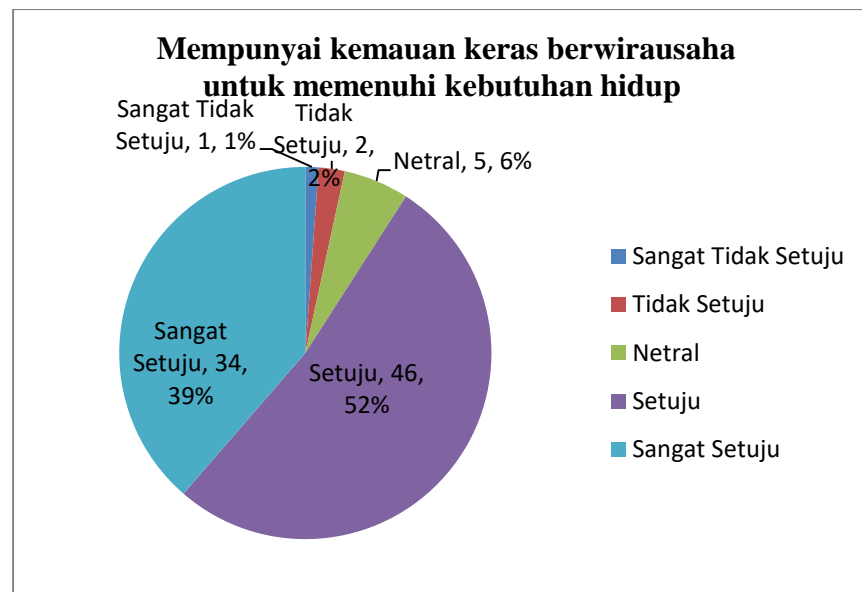
Gambar 4.15 Unggahan video yang pernah ditonton dapat menjadi sebuah motivasi untuk berwirausaha (X2.6)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tangapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 44 responden atau 50%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan unggahan video yang pernah ditonton dapat menjadi sebuah motivasi untuk berwirausaha.



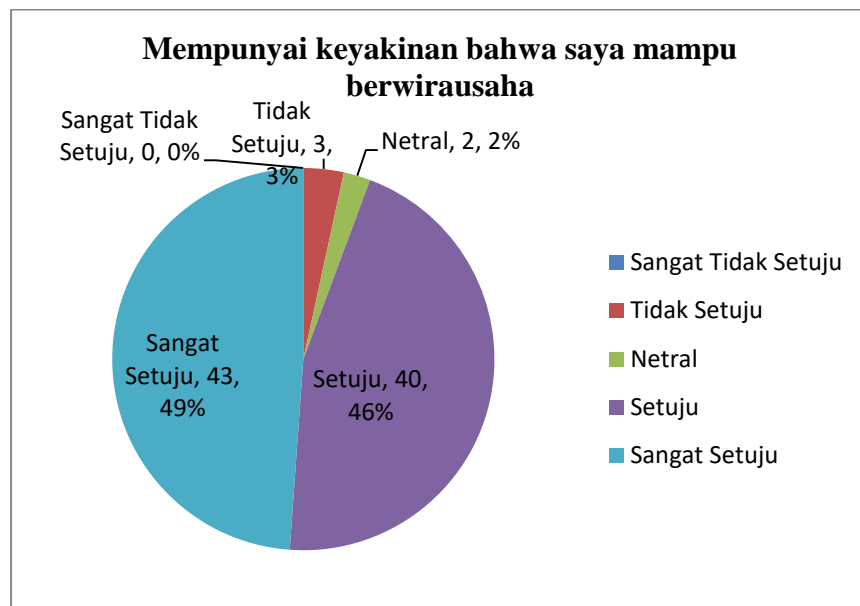
Gambar 4.16 Rekapitulasi dimensi pola media sosial youtube (X2)

c. Pernyataan responden tentang keputusan berwirausaha (Y)



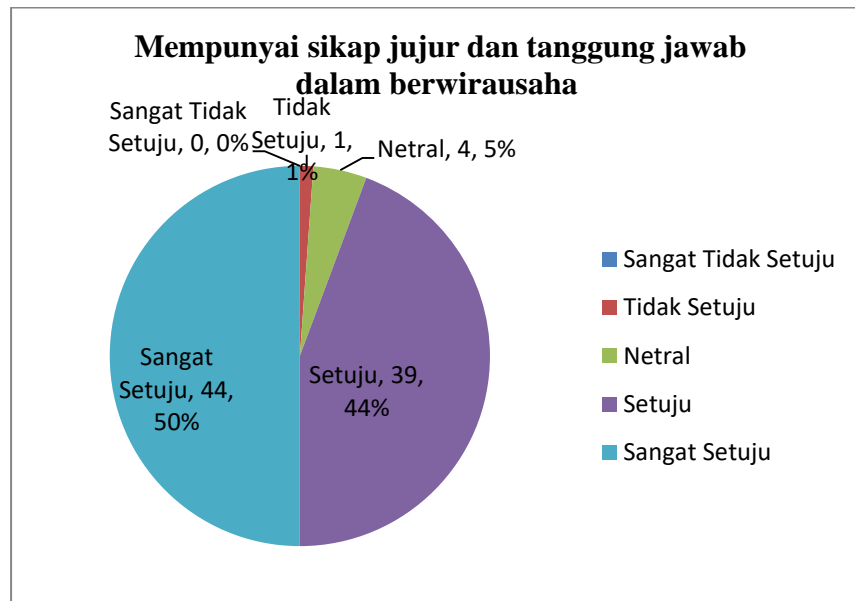
Gambar 4.17 Mempunyai kemauan keras berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidup (Y1)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 46 responden atau 52%. Hasil ini menunjukkan para pengusaha setuju dengan pernyataan mempunyai kemauan keras berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidup.



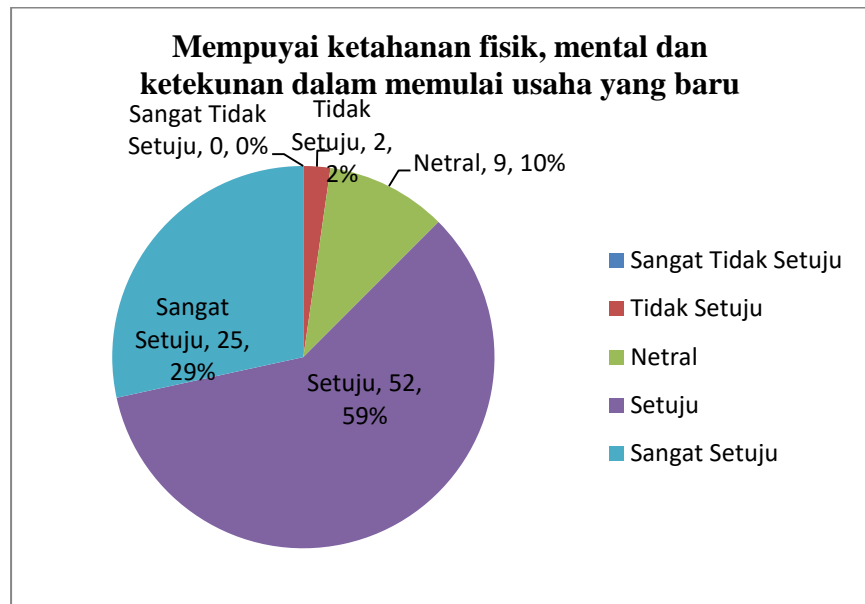
Gambar 4.18 Mempunyai keyakinan bahwa saya mampu berwirausaha (Y2)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 43 responden atau 49%. Hasil ini menunjukkan mayoritas para pengusaha sangat setuju dengan pernyataan mempunyai keyakinan bahwa mampu berwirausaha.



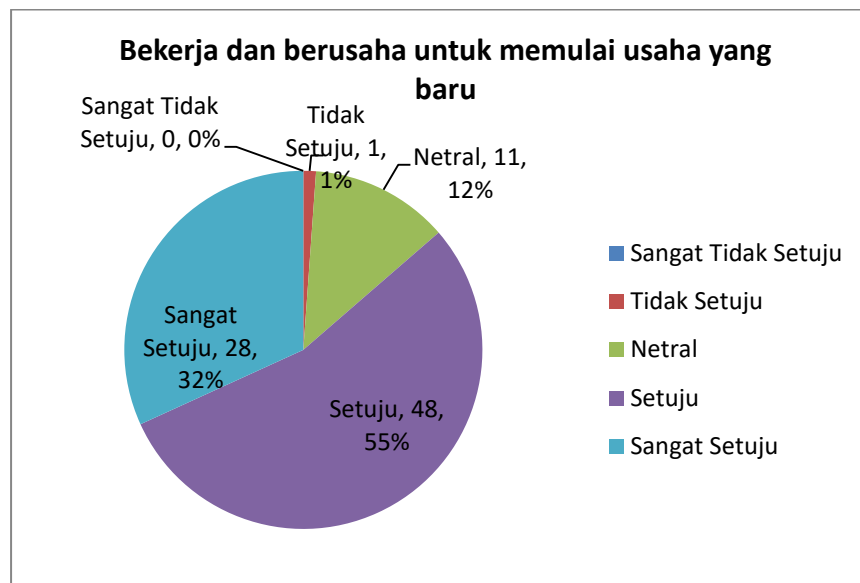
Gambar 4.19 Mempunyai sikap jujur dan tanggung jawab dalam berwirausaha (Y3)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 44 responden atau 50%. Hasil ini menunjukkan mayoritas para pengusaha sangat setuju dengan pernyataan mempunyai sikap jujur dan tanggung jawab dalam berwirausaha.



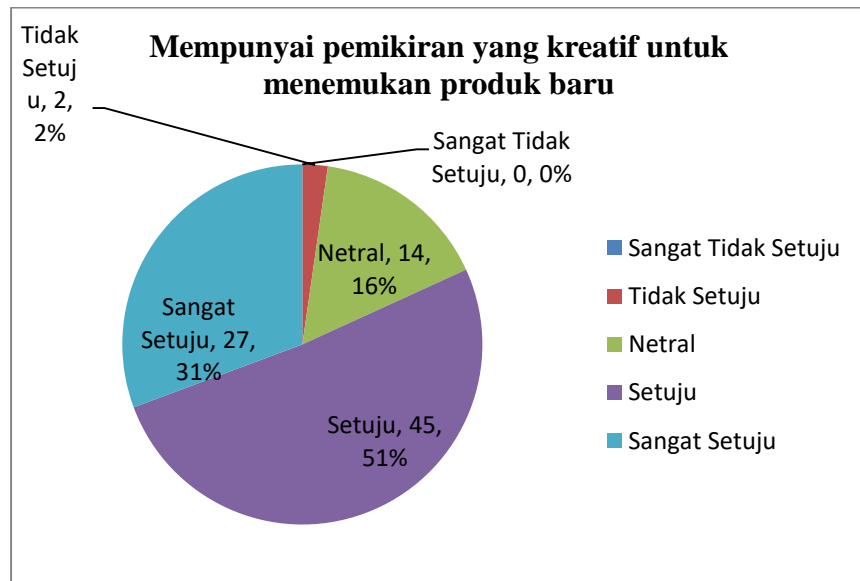
Gambar 4.20 Mempunyai ketahanan fisik, mental dan ketekunan dalam memulai usaha yang baru (Y4)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 52 responden atau 52%. Hasil ini menunjukkan mayoritas para pengusaha setuju dengan pernyataan mempunyai ketahanan fisik, mental dan ketekunan dalam memulai usaha yang baru.



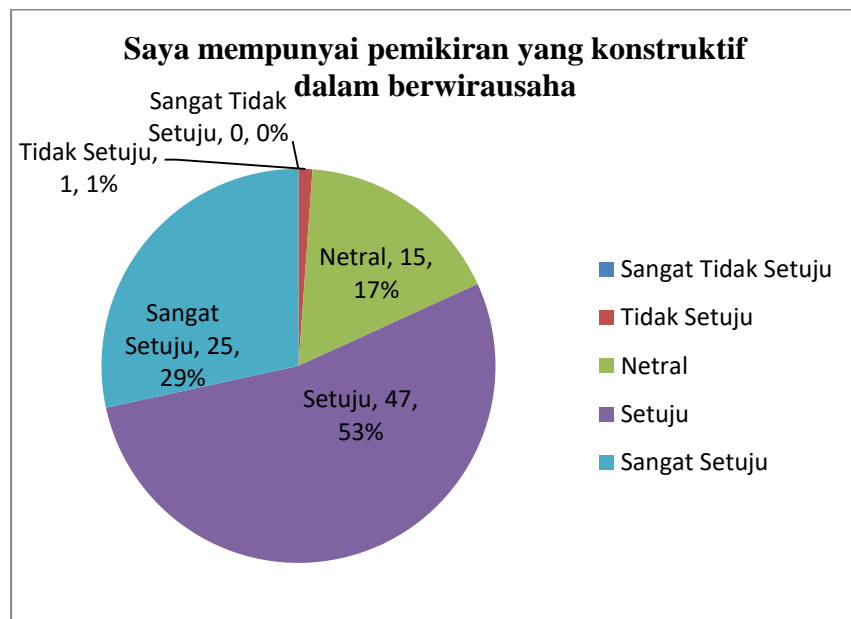
Gambar 4.21 Bekerja dan berusaha untuk memulai usaha yang baru (Y5)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 48 responden atau 55%. Hasil ini menunjukkan mayoritas para pengusaha setuju dengan pernyataan bekerja dan berusaha untuk memulai usaha yang baru.



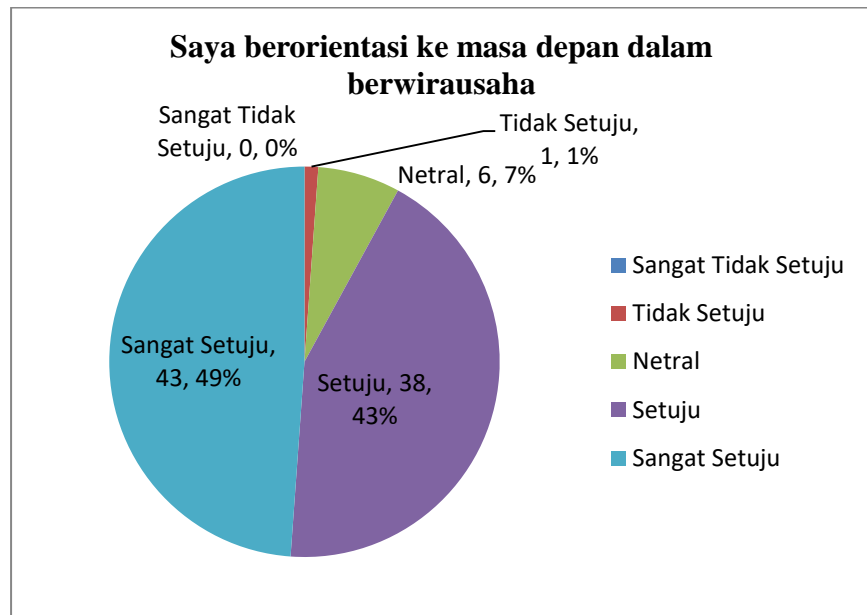
Gambar 4.22 Mempunyai pemikiran yang kreatif untuk menemukan produk baru (Y6)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 45 responden atau 51%. Hasil ini menunjukkan mayoritas para pengusaha setuju dengan pernyataan mempunyai pemikiran yang kreatif untuk menemukan produk baru.



Gambar 4.23 Mempunyai pemikiran yang konstruktif dalam berwirausaha (Y7)

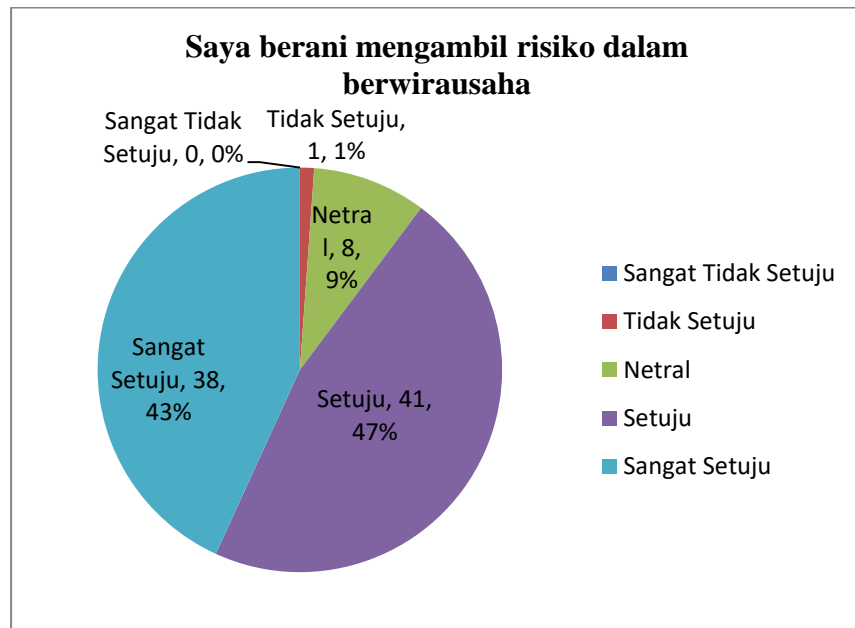
Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 47 responden atau 53%. Hasil ini menunjukkan mayoritas para pengusaha setuju dengan pernyataan mempunyai pemikiran yang konstruktif dalam berwirausaha.



Gambar 4.24 Saya berorientasi ke masa depan dalam berwirausaha

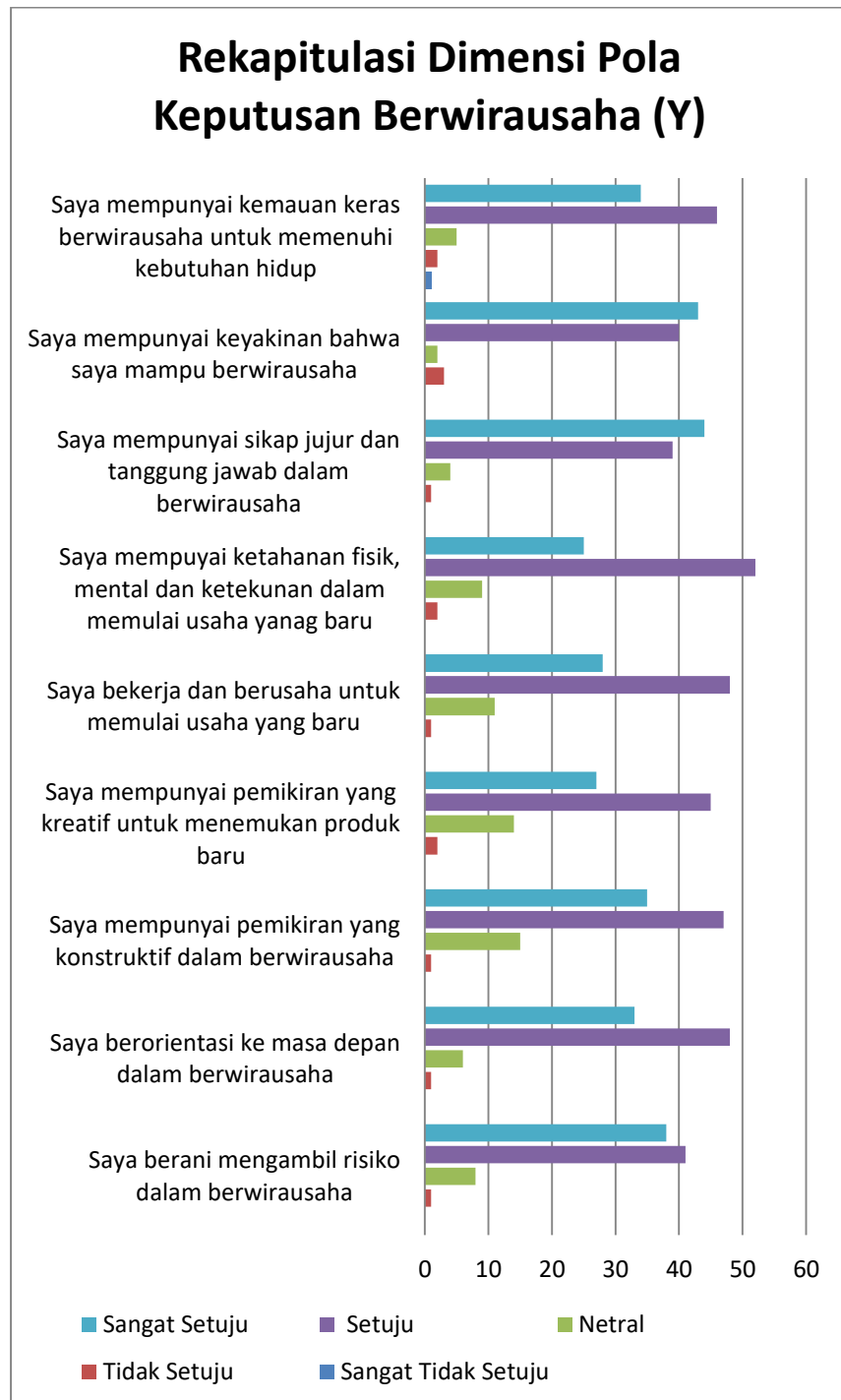
(Y8)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 43 responden atau 49%. Hasil ini menunjukkan mayoritas para pengusaha sangat setuju dengan pernyataan berorientasi kemas depan dalam berwirausaha.



Gambar 4.25 Saya berani mengambil risiko dalam berwirausaha (Y9)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan jawaban alternatif lainnya dengan jumlah 41 responden atau 47%. Hasil ini menunjukkan mayoritas para pengusaha setuju dengan pernyataan berani mengambil risiko dalam berwirausaha.



Gambar 4.26 Rekapitulasi dimensi pola keputusan berwirausaha (Y)

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah setiap pertanyaan/pernyataan suatu kuesioner bisa mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dengan korelasi antara skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel valid. Seluruh responden dimuat dalam uji validitas, yang selanjutnya diperoleh koefisien korelasi *Product Moment* dari hasil perhitungan, kemudian membandingkan antara nilai R_{hitung} dengan R_{tabel} tabel *product moment*. Jika nilai $R_{hitung} \geq R_{tabel}$ maka dapat dikatakan valid. Dalam menguji kevalidan kuesioner ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar suatu variabel dikatakan valid, yakni:

- a. Tingkat signifikansi sebesar 0,05
- b. Df (*degree of freedom*) = $88-2 = 86$ didapat nilai $R_{tabel} = 0,209$
- c. Jika R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} dan nilainya positif maka butir pernyataan dari masing-masing indikator dinyatakan valid (Mahyus Ekananda, 2015, hlm. 69).

Hasil pengujian validitas penelitian dengan menggunakan bantuan SPSS 22 *for windows* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Hasil uji validitas

No	Variabel	Item	Validitas		
			Rhitung	Rtabel	Ket
1	Teknologi Informasi (X1)	X1.1	0,775	0,209	Valid
		X1.2	0,845	0,209	Valid
		X1.3	0,279	0,209	Valid
		X1.4	0,800	0,209	Valid
		X1.5	0,807	0,209	Valid
2	Media Sosial Youtube	X2.1	0,744	0,209	Valid
		X2.2	0,850	0,209	Valid
		X2.3	0,749	0,209	Valid
		X2.4	0,829	0,209	Valid
		X2.5	0,747	0,209	Valid
		X2.6	0,779	0,209	Valid
3	Keputusan Berwirausaha	Y1	0,667	0,209	Valid
		Y2	0,739	0,209	Valid
		Y3	0,713	0,209	Valid
		Y4	0,743	0,209	Valid
		Y5	0,687	0,209	Valid
		Y6	0,725	0,209	Valid
		Y7	0,750	0,209	Valid
		Y8	0,757	0,209	Valid

		Y9	0,707	0,209	Valid
--	--	----	-------	-------	-------

Dari data diatas, nilai R_{hitung} dari semua item pernyataan lebih besar dari R_{tabel} (0,209). Maka hasil uji validitas menunjukkan semua butir item dinyatakan valid.

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Dalam pengukuran bisa dikatakan variabel jika konsisten dalam menjawab item pernyataan yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Dalam penelitian uji reliabilitas menggunakan pengukuran koefisien *Alfa Cronbach* dengan bantuan aplikasi SPSS 22. Untuk menentukan instrument tersebut reliable atau tidak, pengukurannya adalah dengan menggunakan analisis *realibility* melalui *Cronbach-alpha*, apabila nilainya lebih besar dari 0,60 *Cronbach-alpha* (Widarjono, 2018, hlm. 88). Dari hasil pengujian reliabilitas penelitian dengan bantuan SPSS 22 *for windows* dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4.2 Hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha cronbach	Nilai Standar Realibility	Keterangan

Teknologi Informasi (X1)	0,849	0,60	Reliabel
Media Sosial YouTube (X2)	0,870	0,60	Reliabel
Keputusan Berirusaha	0,883	0,60	Reliabel

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian menunjukkan semua variabel nilainya lebih besar dari nilai *Cronbach-alpha* yaitu lebih besar dari 0,60. Jadi semua variabel dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel indeviden (bebas) dan variabel devenden (terikat) atau keduanya mempunya distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan pada nilai residualnya. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal (Mahyus Ekananda, 2015, hlm. 78).

Tabel 4.3 Hasil uji normalitas

	Kolmogorof Smirnov		
	Statistik	N	Signifikansi

Keputusan Berwirausaha (Y)	0,05	88	0,200
----------------------------	------	----	-------

Berdasarkan nilai signifikansi yang ditunjukkan pada tabel diatas sebesar 0,200 dapat dinyatakan bahwa data tersebut adalah berdistribusi normal, karena nilainya lebih besar dari 0,05. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 maka telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas atau hubungan linear antara variabel independen didalam satu model regresi linear berganda. Pengujian ini dilakukan dengan cara melihat nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance* pada model regresi. Dengan ketentuan jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, maka tidak adanya multikolinieritas (Sihabudin dkk., 2021, hlm. 106). Berikut hasil uji mutikolinieritas dengan bantuan SPSS 22 *for windows*:

Tabel 4.4 Hasil uji multikolinieritas

Variabel	t	VIF	Keterangan
----------	---	-----	------------

Teknologi Informasi (X1)	2,555	1,651	Tidak ada gejala
Media Sosial YouTube (X2)	1,508	1,651	Tidak ada gejala

Berdasarkan tabel diatas nilai variabel teknologi informasi dan 0variabel media sosial youtube VIF 1,651 berarti lebih kecil dari 10. Nilai *tolerance* variabel teknologi informasi 2,555 dan *tolerance* variabel media sosial youtube 1,508 yang berarti lebih dari 0,10. Hal ini menunjukkan hasil tidak adanya terjadi gejala multikolinearitas.

c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menganalisis apakah dalam model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Asumsi regresi linear klasik menganggap bahwa varians dari unsur *disturbance* atau *error* adalah suatu angka konstan atau homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan metode scatterplot dengan melihat titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.dan

gletser, yang dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel indeviden dengan absolut residualnya.

- 1) Jika nilai signifikansi antara variabel indeviden dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi antara variabel indeviden dengan absolut residual lebih kecil dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas (Widarjono, 2018, hlm. 96).

Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan bantuan SPSS 22 for windows:

Tabel 4.5 Hasil uji heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Teknologi Informasi (X1)	0,726	Tidak ada gejala
Media Sosial Youtube (X2)	0,238	Tidak ada gejala

Variabel teknologi informasi nilai signifikansi 0,726 dan media sosial youtube 0,238 yang berarti lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel kemajuan teknologi informasi, media sosial youtube dan keputusan berwirausaha, maka dilakukan pengujian yaitu uji t

Hipotesis adalah sebagai berikut:

Ha : Kemajuan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan para pemuda di beberapa desa Kecamatan Lampihong untuk Berwirausaha

Ho : Kemajuan teknologi informasi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan para pemuda di beberapa desa Kecamatan Lampihong untuk Berwirausaha

Ha : Media sosial youtube berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan para pemuda di beberapa desa Kecamatan Lampihong untuk Berwirausaha

Ho : Media sosial youtube tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan para pemuda di beberapa desa Kecamatan Lampihong untuk Berwirausaha

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significant* (α) = 0,05

Degree of freedom (df) t tabel = $t(\alpha / 2, : n-k-1)$

$$= t(0,05 / 2, : 88 - 2 - 1)$$

$$= t(0,025, : 85) = 1,988$$

Berdasarkan hasil uji T dengan bantuan SPSS 22 *for windows* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Hasil uji t

Faktor	Thitung	Ttabel	Keterangan
Pengaruh teknologi informasi (X1) terhadap keputusan berwirausaha (Y)	2,555	1,988	Berpengaruh
Pengaruh media sosial youtube (X2) terhadap keputusan berwirausaha (Y)	1,508	1,988	Tidak berpengaruh

Pengujian hipotesis pengaruh teknologi

informasi (X1) terhadap keputusan berwirausaha secara langsung berdasarkan tabel di atas memperoleh nilai T_{hitung} variabel teknologi informasi $2,555 > T_{tabel}$ 1,988 maka H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel teknologi informasi mempunyai pengaruh secara langsung terhadap keputusan berwirausaha.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji variabel teknologi informasi dan media sosial youtube secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

Kriteria pengujian

Dengan *level of significant* (α) = 0,05

Degree of freedom (df) $F_{\text{tabel}} = F(k, : n-k)$

$$= F(2, :86) = 3,10$$

Berikut hasil uji f dengan bantuan SPSS 22 *for windows* sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil uji f

Faktor	Ftabel	Fhitung	Keterangan
Pengaruh teknologi informasi dan media sosial youtube terhadap keputusan berwirausaha	3,10	11,264	Berpengaruh

Berdasarkan tabel diatas nilai f hitung sebesar 11,2644 lebih besar dari f tabel 3,10. Maka dapat disimpulkan bahwa

variabel teknologi informasi (X1) dan media sosial youtube (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan berwirausaha (Y)

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel devenden. Nilai koefisien determinasi (R^2) antara nol dan satu . nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel indeviden memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel devenden. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil dari uji koefisien determinasi (R^2):

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	R Square
Pengaruh kemajuan penggunaan teknologi informasi (X1) dan media sosial youtube (X2) terhadap keputusan berirausaha (Y)	0,210

Dari tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa nilai R square adalah sebesar 0,210 atau 21%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi dan media sosial youtube mempengaruhi keputusan berwirausaha sebesar 21% dan sisanya

sebesar 79% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel teknologi informasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t hitung variabel teknologi informasi 2,555 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel 1,988. Maka dari hal ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel teknologi informasi berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Novita Nurul Arifah (2020) dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi, Kreatifitas, dan Lingkungan Sosial terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Sikap Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang”. Teknologi informasi merupakan suatu bagian terpenting dalam diri seseorang untuk mengambil sebuah keputusan berwirausaha. Dengan melihat kemajuan teknologi informasi banyak para pemuda memilih untuk berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, karena dengan adanya teknologi informasi memudahkan penjual dan pembeli dalam transaksi

Menurut Undang-undang RI No. 11 Tahun 2018 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik teknologi informasi

merupakan suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis dan menyebarkan informasi. Seiring berkembangnya zaman maka teknologi informasi juga berkembang yang akan memudahkan para pengusaha memasarkan produknya keseluruh dunia dan dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas.

Penjelasan terkait perkembangan teknologi dalam Islam dijelaskan pada salah satu yang tersirat dari firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Ar-Rahman ayat 33, yaitu:

يَمْعَشَرِ الْجِنَّ وَالْإِنْسِ إِنْ اسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ السَّمَوَاتِ
وَالْأَرْضِ فَانْفُذُوا لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَانٍ

Artinya: “Hai golongan jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, maka lintasilah, kamu tidak menembusnya melainkan dengan kekuatan (dari Allah).”(QS. Ar-Rahman/55:33)

Abdul Al-Razzaq Naufal dalam bukunya *Al-Muslimun wa al-ilm al-Hadis*, mengartikan arti “*sulthan*” dengan ilmu pengetahuan dan kemampuan atau teknologi, kemudian beliau menjelaskan bahwa ayat ini memberi isyarat kepada manusia bahwa mereka tidak mustahil untuk menembus ruang angkasa, bila ilmu pengetahuan dan kemampuannya atau teknologinya memadai. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini berkembang dengan sangat pesat seiring dengan penemuan dan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang informasi dan komunikasi sehingga mampu menciptakan alat-alat yang

mendukung perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, mulai dari sistem komunikasi sampai dengan alat komunikasi yang searah maupun dua arah (interaktif) yang pada zaman sekarang berkembang pesat.

Kemajuan penggunaan teknologi informasi telah memberikan kemudahan-kemudahan dan kesejahteraan bagi kehidupan manusia sekaligus merupakan sebagai sarana bagi kesempurnaan manusia sebagai hamba Allah dan khalifah-Nya. (Syaroh & Lubis, 2021, hlm. 85) Karena Allah telah menganugerahkan kenikmatan kepada manusia yang bersifat saling melengkapi yaitu anugrah agama dan kenikmatan teknologi yang diberikan kepada manusia salah satunya untuk membangun usaha dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk memasarkan usaha yang baru.

Dalam sebuah hadits Rasulullah juga menerangkan tentang keutamaan menggunakan atau menguasai ilmu pengetahuan atau teknologi yaitu Rasulullah SAW juga memerintahkan para orang tua agar mendidik anak-anaknya dengan sebaik mungkin. Sebagaimana disebutkan di dalam hadits:

Artinya: “Menuntut ilmu itu diwajibkan bagi setiap muslimin, sesungguhnya Allah mencintai para penuntut ilmu (HR. Ahmad)”.

Zaman dahulu perlunya mendidik dan menguasai sesuatu keahlian menjadi perhatian oleh para sahabat maupun Rasulullah

sendiri.(Syaroh & Lubis, 2021, hlm. 84) Dengan memanfaatkan dan menguasai teknologi informasi banyak para pemuda yang memilih untuk berwirausaha bahkan menciptakan lapangan kerja bagi orang yang mau berwirausaha yang juga akan mengurangi tingkat pengangguran.

2. Berdasarkan dari hasil uji yang telah dijelaskan diatas variabel media sosial youtube tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini dapat dilihat pada nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ dengan nilai $1,508 < 1,988$. Maka dengan demikian H_{a2} ditolak dan menerima H_{o2} , bahwa secara parsial variabel media sosial youtube tidak berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.
3. Hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas bahwa variabel teknologi informasi dan media sosial youtube berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini berarti H_{a3} diterima dan menolak H_{o3} . Hasil ini dapat dilihat pada hasil uji F yang menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $11,264 > 3,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel teknologi informasi dan media sosial youtube secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

Hasil analisis ini berdasarkan kajian dalam Al-Qur'an, Hadits dan teori-teori serta hasil penelitian, dikemukakan bahwa agama memiliki hubungan terhadap keputusan berwirausaha. Secara khusus, agama Islam sangat kondusif memerintahkan umatnya untuk

berwirausaha. Dengan adanya penggunaan teknologi informasi dan media sosial youtube demikian, bukti-bukti empiris menunjukkan bahwa agama mempengaruhi perilaku ekonomi dan memiliki hubungan dengan para pelaku wirausaha. Islam mengajak semua muslim untuk menjadi wirausahawan dalam kehidupan mereka dengan diberikan aturan yang harus diikuti oleh semua muslim yang berasal dari Al-Qur'an dan al-Hadits inilah yang menjadi sumber nilai, sikap, perilaku dan etika seseorang muslim dalam berwirausaha.

Dari Abu Sa'id Al-Khudri r.a, Nabi Muhammad SAW bersabda “*Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya (penuh amanat) adalah bersama para nabi, orang-orang yang membenarkan risalah nabi dan para syuhada.*” (HR. Tirmidzi)(Putra, 2021, hlm. 157).

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang menunjukkan istilah wirausaha. Sebagaimana dalam surah Ash-Shaf ayat 10-11 yang berbunyi:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِّنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ تُوْمِنُونَ بِاللَّهِ
وَرَسُولِهِ ۙ

وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ
تَعْلَمُونَ ۙ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.(QS. Ash-Shof/61:10-11)

Kandungan ayat di atas bahwa konsep bisnis dalam Al-Qur'an dapat disamakan dengan kata *bay'i*, dan *tijarah*, yang memberikan sesuatu kepada sesuatu dengan mengambil harga darinya.(Syamsi, 20015, hlm. 24)

Berdasarkan teori klasik seorang pengambil keputusan haruslah bersifat rasional. Keputusan itu diambil dari situasi yang harus pasti, pengambil keputusan harus memiliki informasi sepenuhnya dan menguasai permasalahannya teori ini berdasarkan pada diri seseorang yang berasumsi mempunyai pikiran ekonomi rasional untuk mendapatkan hasil atau manfaat yang semaksimal mungkin. Dengan media sosial youtube yang disana didapat cara-cara memulai usaha, seminar-seminar entrepreneur dan teknologi informasi yang dapat memasarkan produk secara global dapat memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan berwirausaha.