

# **Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang**

Rizalnurdin <sup>1)</sup>, Diah Dinaloni <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Jombang, Jombang, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Jombang, Jombang, Indonesia

[rizalnurdin947@gmail.com](mailto:rizalnurdin947@gmail.com) <sup>1)</sup>, [diahdinaloni@gmail.com](mailto:diahdinaloni@gmail.com) <sup>2)</sup>

## ***ABSTRACT***

*The purpose of the study was to determine the effect of social media use on entrepreneurial interest in students of the Economic Education study program of STKIP PGRI Jombang. This type of research is quantitative research with a research population of 108 students. Sampling using the slovin formula so that 85 samples were obtained. Data obtained by distributing questionnaires to respondents. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis, normality test, t test, simple linear regression test, and determination coefficient test ( $R^2$ ). The results showed that the use of social media has a significant effect on the entrepreneurial interest of students of the Economic Education study program of STKIP PGRI Jombang as evidenced by the sig value.  $0.000 < 0.05$  or t count 10.100 greater than t table 1.663. In addition, it is also evidenced by the R square value of 0.551.*

**Keywords :** *Social Media; Entrepreneurial Interest*

## **ABSTRAK**

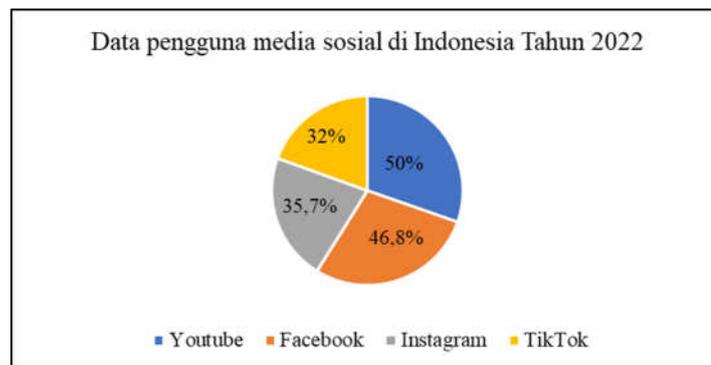
Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan populasi penelitian 108 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sehingga didapatkan 85 sampel. Data diperoleh dengan cara membagikan kuisioner kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji t, uji regresi linier sederhana, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang yang dibuktikan dengan nilai sig.  $0.000 < 0.05$  atau t hitung 10.100 lebih besar dari t tabel 1.663. Selain itu, juga dibuktikan dengan nilai R square sebesar 0.551.

**Kata kunci :** Media Sosial; Minat Berwirausaha

## PENDAHULUAN

Di era digitalisasi saat ini mungkin semua bisa dikaitkan dengan jaringan internet. Mulai dari bermain game, belajar, membaca, mengikuti berita terbaru, bersosialisasi hingga menjual produk bisa dilakukan melalui internet. Hampir semua aktivitas sehari-hari tidak dapat dipisahkan dari penggunaan internet. Di Indonesia, internet merupakan suatu hal yang sudah tidak asing bagi masyarakat modern. Seiring dengan berjalannya waktu, internet melahirkan suatu jaringan baru yang biasa disebut dengan media sosial. Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial, bekerja sama, berbagi informasi, berinteraksi, serta menawarkan kebebasan bagi penggunaannya untuk merepresentasikan diri. Media sosial adalah cara untuk saling berbagi informasi berupa tulisan, gambar, suara maupun video (Rahayu et al., 2018).

Maraknya penggunaan internet dari tahun ke tahun juga berdampak pada peningkatan bisnis yang didirikan secara online. Fenomena ini tentu dapat memberikan peluang bagi pertumbuhan pemasaran online secara dinamis. Jaringan internet memberikan dampak besar dalam mengubah pola pikir generasi muda terhadap kewirausahaan karena dapat mengurangi resiko kegagalan serta mempermudah pemasaran suatu produk dengan jangkauan yang lebih luas tanpa mengeluarkan biaya yang besar. Untuk menjadi wirausahawan sukses, seseorang harus mampu membangun jaringan yang luas sehingga dapat berkomunikasi secara intensif dengan orang lain (Alfaruk, 2017).



**Gambar 1.** Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2022

Media sosial sebagai terobosan modern dalam sejarah komunikasi manusia yang cepat meraih perhatian dari masyarakat. Berdasarkan gambar 1 data pengguna media sosial di Indonesia Tahun 2022 yang dirangkum Suara.com dari riset Data Reportal, Januari 2022. *Youtube* menempati posisi pertama dengan presentasi 50 persen atau setara dengan 139 juta pengguna, *Facebook* menempati posisi kedua dengan presentasi 46,8 persen atau setara 129,9 juta pengguna. Kemudian *Instagram* berada diposisi ketiga dengan presentasi 35,7 atau setara dengan 99,15 juta pengguna. Sedangkan *Tiktok* mengikuti diposisi keempat dengan 31,6 persen atau 92,07 juta pengguna di Indonesia. Media sosial digunakan dengan alasan mulai dari mengisi waktu luang, sumber informasi, hingga untuk menemukan berbagai ide dan inspirasi. Sehingga hal ini dapat dijadikan mahasiswa sebagai peluang untuk menumbuh kembangkan minat berwirausaha.

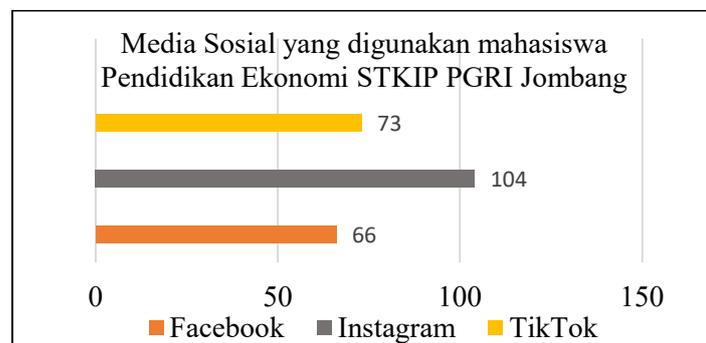
Minat berwirausaha merupakan keinginan yang dimiliki seseorang atau individu dalam mencapai suatu tujuan untuk mendirikan sebuah usaha. Minat seseorang tidak dapat

dibuat-buat melainkan berasal dari jiwa individu itu sendiri. Kesuksesan seseorang tergantung dari minat dan keinginan yang tinggi dalam mencapai tujuan, sama seperti halnya pengusaha. Keinginan besar akan selalu menciptakan hasil dan progres yang bagus dikemudian hari, hal ini tergantung pada individu dalam menjalankan usahanya. Berwirausaha harus selalu diimbangi dengan kerja keras dan semangat tinggi untuk bisa maju. Dalam menjalankan usaha selalu ada naik dan turun suatu penjualan dari barang yang dipasarkan, begitupun berwirausaha melalui media sosial.

Berwirausaha melalui media sosial kini menjadi primadona bagi kalangan pebisnis dalam memasarkan produk mereka. Hal ini dikarenakan dengan media sosial bisa memudahkan konsumen dalam membeli barang yang ditawarkan oleh pemilik usaha tersebut. Tidak hanya itu, kemudahan-kemudahan internet tampaknya menggugah minat mahasiswa dalam memanfaatkan peluang berwirausaha melalui media sosial.

Eksistensi media sosial di jaman modern semakin meningkat bahkan dijadikan sebagai primadona. Dikalangan anak muda banyak yang memanfaatkan media sosial untuk berbisnis online (Laugu, 2020). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu, 2018) yang menunjukkan bahwa, semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi pula kewirausahaan bagi mahasiswa, sebaliknya apabila semakin rendah penggunaan media sosial maka semakin rendah pula tingkat kewirausahaan bagi mahasiswa. Hal ini dikarenakan media sosial dapat memainkan peran komunikasi.

STKIP PGRI Jombang sebagai salah satu perguruan tinggi yang mempunyai perhatian besar untuk mempersiapkan mahasiswanya menjadi seorang wirausaha diantaranya adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. Selain menghasilkan tenaga pendidik profesional, mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi juga dilatih dalam bidang *entrepreneur* sehingga tidak hanya berfokus pada bidang pendidikan melainkan mampu menguasai ilmu dibidang kewirausahaan. Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang diharapkan mampu memanfaatkan peluang berwirausaha melalui media sosial, hal ini dikarenakan mahasiswa tidak perlu mengeluarkan uang untuk membangun toko, tidak memerlukan mengisi toko dengan produk yang dipasarkan, tidak memerlukan gaji karyawan bahkan tidak memerlukan ijin usaha karena usaha ini adalah usaha rumahan yang hanya membutuhkan akses internet dalam memasarkan produknya.



**Gambar 2.** Data Media Sosial Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Media sosial yang diminati mahasiswa STKIP PGRI Jombang berdasarkan gambar 2 diatas yaitu *TikTok*, *Instagram*, dan *Facebook*. Dengan perolehan pengguna *TikTok* sebanyak 73 mahasiswa, pengguna *Instagram* sebanyak 104 mahasiswa, dan *Facebook* sebanyak 66 mahasiswa.

Namun demikian, berdasarkan dari wawancara peneliti dengan mahasiswa didapatkan hasil bahwa mahasiswa cenderung lebih memilih menjadi karyawan daripada menjadi wirausahawan karena dianggap memerlukan modal yang besar serta memiliki resiko kegagalan usaha. Fenomena tersebut ternyata juga terjadi pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. Sehingga peneliti memilih mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang yang sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan sebagai objek penelitian yaitu mahasiswa Angkatan 2019, Angkatan 2020, dan Angkatan 2021. Sehubungan dengan adanya latar belakang di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang”**

## METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggambarkan regresi linier sederhana. Penelitian kuantitatif yaitu jenis penelitian yang menggunakan angka-angka dalam memproses data untuk menghasilkan informasi yang terstruktur (Sinambela, 2020). Data yang digunakan didapat melalui penyebaran angket kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2019, angkatan 2020, dan angkatan 2021 STKIP PGRI Jombang. Teknik pengambilan data yang dipakai yakni wawancara, dokumentasi, dan angket dengan populasi 108 mahasiswa. Penggunaan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yakni *proportional random sampling* yang diambil secara acak dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 85 responden. Sebelum dilakukan penelitian dilakukan uji instrumen, setelah valid dan reliabel selanjutnya dilakukan penyebaran angket kepada responden, setelah data terkumpul, selanjutnya teknik analisis data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Berdasarkan penyebaran kuisisioner kepada 85 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2019, angkatan 2020, angkatan 2021 STKIP PGRI Jombang, selanjutnya dari data tersebut memberikan informasi mengenai permasalahan yang diteliti. Penyebaran kuisisioner dilakukan pada tanggal 19 Juni 2023 – 11 Juli 2023. Setelah data berdistribusi normal maka dilakukanlah analisis model regresi linier sederhana guna mengetahui pengaruh keterkaitan antar variabel.

**Tabel 2.** Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.225	2.411		2.582	.012
	Media Sosial	.569	.056	.743	10.100	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Data diolah dari program SPSS, 2023.

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 6.225 menunjukkan bahwa jika variabel media sosial (X) diasumsikan tidak mengalami perubahan (konstan), maka nilai variabel Y adalah sebesar 6.225. Kemudian nilai koefisien regresi variabel media sosial (X) bernilai positif yaitu 0.569, maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel media sosial (X) akan menaikkan besarnya minat berwirausaha sebesar 0.569. Apabila naiknya variabel media sosial sebesar satuan, maka akan diikuti dengan kenaikan minat berwirausaha mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2019, angkatan 2020, angkatan 2021 STKIP PGRI Jombang dengan asumsi variabel lain tetap (konstan). Diketahui juga pada hasil uji koefisien determinasi nilai ( $R^2$ ) sebesar 0.551 atau 55,1% sehingga dapat disimpulkan bahwa persentase pengaruh variabel bebas (media sosial) terhadap variabel terikat (minat berwirausaha) adalah 55,1% dan sisanya 44,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa, media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. Didukung dengan olahan data distribusi variabel media sosial (X) menunjukkan rerata sebesar 3,86 atau kategori tinggi. Berdasarkan pernyataan pada variabel media sosial (X) dengan indikator keterbukaan diperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,03 yang termasuk kriteria tinggi, artinya media sosial memiliki peran yang baik terhadap penyebaran berbagai informasi yang ada secara terbuka serta menjadi salah satu alat komunikasi dengan berbagai fitur yang tersedia, selain itu media sosial saat ini telah banyak digunakan sebagai media untuk mempromosikan produk. Sedangkan pada variabel minat berwirausaha (Y) dengan indikator perasaan senang diperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,91, artinya Mahasiswa yang memiliki rasa senang atau suka terhadap suatu kegiatan usaha sehingga mahasiswa akan terus mempelajari kegiatan-kegiatan terkait wirausaha tanpa adanya keterpaksaan. Oleh karena itu, perasaan senang akan menjadi motivasi mahasiswa untuk berwirausaha dengan memanfaatkan fasilitas yang ada, salah satunya media sosial.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh secara efektif terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan berbagai kemudahan dalam penggunaannya. Salah satu kemudahannya yaitu efisiensi penggunaan yang tidak terbatas ruang dan waktu, bahkan media sosial kini menjadi salah satu alat yang digunakan untuk mempromosikan produk. Hal ini diperkuat dengan teori Komsis Koranti (2013) peran media sosial sebagai keefektifan kerja yang artinya media sosial memudahkan penggunaannya untuk mengakses perihal yang ingin dicari atau dilakukan dan penggunaan media sosial tidak memerlukan uang dan usaha yang banyak untuk mendapatkan sesuatu yang ingin didapatkan atau dicapai.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu (Mesiana, 2020) yang menyatakan bahwa media sosial sebagai media pemasaran merupakan salah satu faktor yang mampu menarik minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas Sebelas Maret Surakarta. Saat ini media sosial memungkinkan mahasiswa yang memiliki minat untuk berwirausaha dapat mengubah cara komunikasi dan interaksi dengan konsumen, memasarkan produk serta membangun relasi yang baik sehingga dapat saling menguntungkan antar wirausaha.

Sejalan dengan penelitian Nugroho (2020) yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha, dan berpendapat bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial semakin tinggi pula kewirausahaan bagi mahasiswa sebaliknya apabila semakin rendah penggunaan media sosial semakin rendah pula kewirausahaan bagi mahasiswa, khususnya bagi mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang yang saat ini sebagian besar sudah memiliki media sosial. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada kesamaan hasil dengan penelitian saat ini yang dilakukan oleh mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 STKIP PGRI Jombang, yaitu ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2019, angkatan 2020, angkatan 2021 STKIP PGRI Jombang dengan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0.551 atau 55.1% dan sisanya yaitu 44.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan penggunaan media sosial untuk memperluas jaringan atau relasi sehingga dapat meningkatkan ketertarikan terhadap informasi atau ide peluang bisnis serta mendorong mahasiswa untuk memulai kegiatan wirausaha melalui media sosial.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfaruk, M. H. (2016). Pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4(2), 164-172.
- Heriyanto, Y. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Penggunaan Media Sosial Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Unnes Angkatan 2017. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 2-19.
- Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa/I Pada Smk Negeri 1 Kota Sungai Penuh. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 477-490.
- Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial , Youtube , Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. 4(1), 41–57.

- Nugroho, I., & Susilo, A. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Akuntansi SMK Negeri 4 Klaten (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Nuryani, E. (2014). Hubungan Intensitas Mengakses Facebook dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang. *Jurnal ilmu komunikasi*, 2(3), 178-192.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh minat berwirausaha dan penggunaan sosial media terhadap kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203-216.
- Salmah, E., Fadliyanti, L., & Sriningsih, S. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. *Elastisitas-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 137-147.
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3).