

Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

Sulfikar

Universitas Mulawarman
sulfikar73922@gmail.com

Noor Ellyawati

Universitas Mulawarman
noor.ellyawati@fkip.unmul.ac.id

Ilham Abu

Universitas Mulawarman
ilhamkopma@gmail.com

Abstract

This study analyzes the influence of social media and entrepreneurship education on the entrepreneurial interest of Economics Education students at Mulawarman University. Using a descriptive method with a quantitative approach, data were collected from 100 students through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that social media has a positive and significant effect on entrepreneurial interest, with a t-Count of $2.377 > t\text{-table } 1.984$, and a significance value of $0.019 < 0.05$. Additionally, entrepreneurship education positively and significantly affects entrepreneurial interest, with a t-Count of $6.746 > t\text{-table } 1.984$, and a significance of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, the use of social media and entrepreneurship education significantly influences entrepreneurial interest, with an f-Count of $71.229 > f\text{-table } 3.09$ and a significance of $0.000 < 0.05$. The conclusion of this study is that both social media and entrepreneurship education, individually and together, play an important role in enhancing the entrepreneurial interest of students.

Keywords: social media, entrepreneurship education, entrepreneurial interest.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh media sosial dan pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. Menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 100 mahasiswa melalui kuesioner dan dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan t hitung $2,377 > t \text{ tabel } 1,984$, dan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Selain itu, pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan t hitung $6,746 > t \text{ tabel } 1,984$, dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, penggunaan media sosial dan pembelajaran kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dengan f hitung $71,229 > f \text{ tabel } 3,09$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa media sosial maupun pembelajaran kewirausahaan secara individual maupun bersama-sama berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

Kata Kunci: media sosial, pembelajaran kewirausahaan, minat berwirausaha.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah menjadi perhatian penting dalam perkembangan perekonomian, sehingga berdampak pada peningkatan ekonomi. Kewirausahaan memiliki peranan penting

untuk membuat pembaharuan atau inovasi dalam kegiatan ekonomi secara terus menerus. Inovasi tersebut meliputi beberapa metode, misalnya dengan memperkenalkan barang model terbaru, mempertinggi efisiensi dalam memproduksi suatu barang, memperluas pasar suatu barang ke pasaran yang baru, mengembangkan sumber bahan mentah yang baru dan mengadakan perubahan dalam suatu organisasi. Kewirausahaan berperan penting dalam mengurangi pengangguran (Hendrawan dan Sirine, 2017).

Pada dasarnya, kenaikan jumlah penduduk akan mempengaruhi pertumbuhan penduduk akibatnya membuat jumlah angkatan kerja semakin tinggi setiap tahunnya. Sehingga untuk mengatasi ketidakseimbangan antara jumlah lapangan pekerjaan dengan jumlah pengangguran lulusan sarjana untuk mendorong dan menumbuhkan minat untuk berwirausaha. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Februari 2024 sebesar 4,82 persen, turun sebesar 0,63 persen poin dibanding Februari 2023. Dengan jumlah pengangguran mencapai hampir 7,2 juta orang pada Februari 2024 (Badan Pusat Statistik, 2024).

Media sosial memberikan pengaruh yang sangat besar dalam merubah pola pikir generasi muda untuk berwirausaha, karena dapat memperkecil resiko dari kegagalan itu sendiri dan mempermudah pemasaran suatu produk dengan jangkauan yang lebih luas tanpa memerlukan biaya yang tinggi. Untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses, wirausahawan harus dapat membangun jaringan yang luas sehingga dapat berkomunikasi secara lebih intens dengan yang lain (Komalsari, 2022). Berdasarkan kondisi tersebut, salah satu alternatif untuk mampu memecahkan masalah pengangguran adalah dengan menumbuhkan jiwa minat berwirausaha pada mahasiswa. Minat berperan sangat penting dalam kehidupan dan mempunyai dampak yang besar terhadap sikap dan perilaku. Mahasiswa yang berminat terhadap suatu aktifitas akan memperhatikan aktifitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Minat berwirausaha tidaklah dimiliki begitu saja, melainkan dapat dipupuk dan dikembangkan.

Observasi awal pada mahasiswa prodi Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 menunjukkan bahwa 83,1% mahasiswa merasa yakin untuk memulai wirausaha, menandakan minat berwirausaha yang tinggi dan komitmen untuk melanjutkan usaha setelah dimulai. Selain itu, 78,7% mahasiswa berani mengambil risiko saat menghadapi masalah terkait kewirausahaan. Meskipun minat tersebut ada, tidak semua mahasiswa berupaya merealisasikannya, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai minat berwirausaha mereka.

METODOLOGI

Penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal dengan metode kuantitatif. Penelitian ini akan dilaksanakan di Kampus FKIP Universitas Mulawarman. Total populasi penelitian sebanyak 134 mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman angkatan 2021 dan 2022 dengan diperoleh sampel penelitian sebanyak 100 mahasiswa. Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah tehnik sampling dengan proporsional random sampling menurut Sumargo (2020) tehnik sampling merupakan tehnik mengambil sebagian dari populasi sedemikian rupa akan tetapi mampu mewakili populasi yang ada. Tehnik pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner menurut (Riyanto dan Hatmawan, 2020) menyatakan bahwa kuesioner merupakan cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara membuat pertanyaan atau pernyataan yang akan dibagikan kepada responden untuk dijawab. Pengembangan instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada analisis deskriptif ini mengenai pengaruh media sosial dan pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. Dasar dari penentuan kuat lemahnya pengaruh suatu variabel dapat diukur melalui nilai mean (rata-rata)

a. Analisis Deskriptif Variabel Media Sosial

Dalam penelitian ini, variabel media sosial dianalisis melalui 9 pernyataan yang dirancang untuk mencerminkan berbagai indikator utama dari variabel tersebut. Data tanggapan responden terkait variabel media sosial disajikan di bawah ini.

Tabel. 1 Tingkat Media Sosial Responden

| No. | Interval | Frekuensi | Persentase | Kategori |
|---------------|----------|------------|-------------|---------------|
| 1. | 27-30 | 10 | 10.0% | Sangat Kurang |
| 2. | 31-34 | 20 | 20.0% | Kurang Baik |
| 3. | 35-38 | 30 | 30.0% | Cukup Baik |
| 4. | 39-42 | 25 | 25.0% | Baik |
| 5. | 43-46 | 15 | 15.0% | Sangat Baik |
| Jumlah | | 100 | 100% | |

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

b. Analisis Deskriptif Variabel Pembelajaran Kewirausahaan

Dalam penelitian ini, variabel pembelajaran kewirausahaan dianalisis melalui 9 pernyataan yang dirancang untuk mencerminkan berbagai indikator utama dari variabel

tersebut. Berikut ini disajikan data tanggapan responden terkait variabel pembelajaran kewirausahaan.

Tabel. 2 Tingkat Pembelajaran Kewirausahaan Responden

| No. | Interval | Frekuensi | Persentase | Kategori |
|---------------|----------|------------|-------------|---------------|
| 1. | 27-30 | 12 | 12.0% | Sangat Kurang |
| 2. | 31-34 | 16 | 16.0% | Kurang Baik |
| 3. | 35-38 | 19 | 19.0% | Cukup Baik |
| 4. | 39-42 | 15 | 15.0% | Baik |
| 5. | 43-46 | 38 | 38.0% | Sangat Baik |
| Jumlah | | 100 | 100% | |

Sumber: Data Primer Diolah,2024

c. Analisis Deskriptif Variabel Minat Berwirausaha

Variabel minat berwirausaha pada penelitian ini diukur melalui 10 item pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Berikut penyajian data tanggapan responden variabel minat berwirausaha.

Tabel. 3 Tingkat Minat Berwirausaha Responden

| No. | Interval | Frekuensi | Persentase | Kategori |
|---------------|----------|------------|-------------|---------------|
| 1. | 27-30 | 4 | 4,0% | Sangat Kurang |
| 2. | 31-34 | 10 | 10,0% | Kurang Baik |
| 3. | 35-38 | 18 | 18,0% | Cukup Baik |
| 4. | 39-42 | 17 | 17,0% | Baik |
| 5. | 43-50 | 51 | 51,0% | Sangat Baik |
| Jumlah | | 100 | 100% | |

Sumber: Data Primer Diolah,2024

Analisis Data

1. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel. 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,981 | 3,520 | - | 0,847 | 0,399 |
| | Media Sosial | 0,312 | 0,131 | 0,214 | 2,377 | 0,019 |
| | Pembelajaran Kewirausahaan | 0,686 | 0,102 | 0,607 | 6,746 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS,2024

Untuk mengetahui apakah berpengaruh signifikan, maka diperlukan perbandingan antara nilai signifikansi (sig) dengan probabilitas 0,05, dengan aturan pengambilan keputusan jika nilai sig < 0,05 artinya berpengaruh signifikan, namun jika nilai sig > 0,05 maka artinya tidak berpengaruh signifikan. berdasarkan table diatas, diperoleh nilai sig sebesar 0,019 dan 0,000 yang artinya nilai sig lebih < 0,05, yang mana berarti terdapat pengaruh positif media sosial dan pembelajaran kewirausahaan

terhadap minat berwirausaha.

2. Uji t (Parsial)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji T terdapat dua acuan yang dapat kita pakai sebagai dasar pengambilan keputusan, dengan melihat nilai signifikansi (Sig.). Jika nilai sig. $< 0,05$, maka ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya. Kemudian dasar pengambilan keputusan kedua membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika nilai t hitung $> t$ tabel maka ada pengaruh. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 5 Hasil Uji t

| | | Coefficients ^a | | | | |
|---|----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,981 | 3,520 | - | 0,847 | 0,399 |
| | Media Sosial | 0,312 | 0,131 | 0,214 | 2,377 | 0,019 |
| | Pembelajaran Kewirausahaan | 0,686 | 0,102 | 0,607 | 6,746 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel media sosial adalah sebesar 0,019 nilai Sig. $0,019 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,377 > t$ tabel 1,984, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara media sosial terhadap minat berwirausaha. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai signifikansi (Sig) variabel pembelajaran kewirausahaan adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,746 > t$ tabel 1,984, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

3. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (secara simultan). Dasar pengambilan keputusan dalam uji F ada dua cara. Pertama adalah membandingkan nilai signifikansi (Sig.) jika nilai Sig. $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya jika nilai sig. $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Kemudian cara kedua bila f hitung $> f$ tabel dengan tingkat signifikan 5% maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap dependen. Hasil uji F dapat dilihat

pada tabel berikut:

Tabel. 13 Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 Regression | 1660,361 | 2 | 830,180 | 71,229 | .000 ^b |
| Residual | 1130,549 | 97 | 11,655 | - | - |
| Total | 2790,910 | 99 | - | - | - |

A. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Pembelajaran Kewirausahaan, Media Sosial

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS,2024

Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel output SPSS di atas, diketahui Sig. adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain media sosial dan pembelajaran kewirausahaan secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan nilai F hitung dengan F tabel dari tabel output SPSS di atas, diketahui nilai Fhitung adalah sebesar 71,229. Karena nilai f hitung $71,229 > f$ tabel 3,09, maka sebagai dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain media sosial dan pembelajaran kewirausahaan secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh salah satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan anggapan variabel-variabel lain tidak diketahui. Hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 14 Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .771 ^a | 0,595 | 0,587 | 3,41396 |

a. Predictors: (Constant), Pembelajaran Kewirausahaan, Media Sosial

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS,2024

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh nilai *R Square* adalah sebesar 0,595. Nilai *R Square* tersebut menjelaskan, peran variabel media sosial (X1) dan pembelajaran kewirausahaan (X2) dalam mempengaruhi minat berwirausaha (Y) adalah sebesar 0,595 atau 59,5% mempunyai pengaruh.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pada Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman.

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan peneliti, diperoleh hasil uji t untuk variabel penggunaan media sosial dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,377 > t$ tabel 1,984. Maka bisa disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Listiawati Mesiana (2020) dengan judul "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS". Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa hipotesis "Ada pengaruh positif yang signifikan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha di mahasiswa FKIP UNS" terbukti kebenarannya.

2. Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman.

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan peneliti, diperoleh hasil uji t untuk variabel pembelajaran kewirausahaan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,746 > t$ tabel 1,984. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriyani (2022) dengan judul "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang". Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembelajaran kewirausahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dari hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa jurusan Pendidikan IPS angkatan 2018 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tergolong tinggi.

3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman.

Berdasarkan hasil uji F (Simultan) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai f hitung $71,229 > f$ tabel $3,09$. Dapat disimpulkan bahwa media sosial dan pembelajaran kewirausahaan secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan nilai R Square yang sebesar $0,595$ atau $59,5\%$, hal tersebut menjelaskan bahwa variabel media sosial dan pembelajaran kewirausahaan memengaruhi minat berwirausaha sebesar $59,5\%$. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mesiana Listiawati (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha di mahasiswa FKIP UNS.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa baik penggunaan media sosial maupun pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. Penggunaan media sosial menunjukkan nilai signifikansi $0,019$ dan t hitung $2,377$, sedangkan pembelajaran kewirausahaan memiliki signifikansi $0,000$ dan t hitung $6,746$. Selain itu, keduanya juga berpengaruh secara simultan dengan nilai signifikansi $0,000$ dan f hitung $71,229$. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang aktif di media sosial dan mendapatkan pendidikan kewirausahaan memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, S. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Uin Maulana Malik Ibrahim Malang. *Braz Dent J.*, *33*(1), 1–12.
- Fadhallah, R. A. (2020). *Jurnal Penelitian Dan Pengukuran.* *10*(1).
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *02*(03), 291–314. <https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e318240fa84>
- Komalsari, S. (2022). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Pada Mata Pelajaran Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Bonai Darussalam.* *16*(1), 1–23.

- Listiawati, Mesiana, Dyah, C. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS Mesiana Listiawati, Cicilia Dyah S I, Susantiningrum. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(1), 27–36.
- Riyanto, & Hatmawan. (2020). Strategi promosi kreatif dan strategi pemasaran inteksin dalam meningkatkan penjualan. *Akuntabel*, 18(3), 2021–2551. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/Akuntabel>
- Statistik, B. P. (2024). *Data statistik pengangguran*. 36, 1–28.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik sampling*. 1–23.