

Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia

Ni Luh Putu Cahayani^{*1}, I Ketut Westra², Ni Made Ariyati³, Ni Komang Netriani⁴,
Teldi Sumarno Boling Sau⁵

^{1,2,3,4,5}Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Mahadewa
Indonesia
Denpasar, Indonesia

e-mail: cahayani@mahadewa.ac.id^{*1}, westra@mahadewa.ac.id²,
ariyati2019@gmail.com³, Netriani1899@yahoo.com⁴, teldibolingsau@gmail.com⁵

Abstrak

Riwayat Artikel
Tanggal diajukan:
30 April 2022

Tanggal diterima :
8 Juni 2022

Tanggal
dipublikasikan:
28 Juni 2022

Pengutipan:
Cahyani Putu
N.L, Westra I.K,
Ariyati N.M,
Netriani N.K, &
Sau T.S.B.
(2022). Pengaruh
Penggunaan
Media Sosial dan
Pendidikan
Kewirausahaan
terhadap Minat
Berwirausaha
pada Mahasiswa
FKIP Universitas
PGRI Mahadewa
Indonesia. *Jurnal
Pendidikan
Ekonomi*, 14(1),
96-102
<https://doi.org/10.23887/jipe.v14i1.47117>

Pendidikan Kewirausahaan merupakan mata kuliah yang harus diambil oleh mahasiswa di fakultas keguruan dan ilmu pendidikan. Namun, minat berwirausaha masih dalam kategori rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat mahasiswa terhadap kewirausahaan atau tidak. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner dengan analisis regresi linier menguji dua prediktor dan uji determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) penggunaan variabel media sosial mempengaruhi minat berwirausaha dengan nilai *t-count* sebesar 7,652 yang lebih besar dari nilai *t-table* sebesar 2,010 dengan nilai *sig* sebesar 0,000 <0,05; (2) variabel pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha dengan nilai *t-count* sebesar 10,375 yang lebih besar dari nilai *t-table* sebesar 2,010 dengan nilai *sig* sebesar 0,000 <0,05; (3) variabel penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai *F-count* sebesar 54,611 yang lebih besar dari nilai *F-table* sebesar 3,187 dengan nilai *sig* sebesar 0,000 <0,05; (4) hasil koefisien determinasi menggunakan metode *Adjusted R Square* menyatakan bahwa penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat terhadap kewirausahaan dengan nilai 67,8% sedangkan 32,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Kata Kunci : Penggunaan Media Sosial; Pendidikan Kewirausahaan; Minat Berwirausaha

Abstract

Entrepreneurship Education is a subject that must be taken by students in the teaching and education faculty. However, interest in entrepreneurship is still in the low category. This study aims to determine whether or not there is an influence of social media and entrepreneurship education on students' interest in entrepreneurship. Data collection techniques using observation, interviews, documentation, and questionnaires with linear regression analysis testing two predictors and determination test. The results showed that (1) the use of social media variables influenced the interest in entrepreneurship with a *t-count* value of 7.652 which was greater than the *t-table* value of 2.010 with a *sig* value of 0.000 <0.05; (2) the

entrepreneurship education variable has an effect on the interest in entrepreneurship with a t-count value of 10.375 which is greater than the t-table value of 2.010 with a sig value of 0.000 <0.05; (3) the variables of the use of social media and entrepreneurship education have a significant effect on interest in entrepreneurship with an F-count value of 54.611 which is greater than the F-table value of 3.187 with a sig value of 0.000 <0.05; (4) the results of the coefficient of determination using the Adjusted R Square method state that the use of social media and entrepreneurship education has an effect on interest in entrepreneurship with a value of 67.8% while the remaining 32.2% is influenced by other factors not included in the research model.

Keywords : Use of Social Media; Entrepreneurship Education; Interest in Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Berada pada keadaan persaingan mencari pekerjaan di tengah masa setelah pandemi covid-19 menuntut individu harus menjadi lebih kreatif dan inovatif. Dimana keadaan pada saat pandemi terjadi terdapat banyak pekerja yang di PHK dan tidak sedikit dari pelaku usaha yang harus menutup usahanya atau gulung tikar. Dan dari semua peristiwa peristiwa yang terjadi ini mengakibatkan meningkatnya tingkat pengangguran serta kemiskinan yang terjadi di Indonesia. Dampak yang paling parah selain dunia Pendidikan akibat dari pandemic ini adalah aktivitas ekonomi.

Pandemi yang terjadi selama ini menyebabkan kenaikan jumlah pengangguran menjadi 9,7 juta orang dengan tingkat pengangguran terbuka (TPT) mencapai 7,07 persen di Indonesia,. Selain itu bukan hanya tingkat pengangguran yang meningkat, akan tetapi tingkat kemiskinan pun ikut meningkat. Data terbaru tingkat kemiskinan yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 memperlihatkan hal itu. Jika persentase penduduk miskin pada September 2019 sebesar 9,22 persen, per Maret 2020 naik menjadi 9,78 persen. Besaran persentase ini bila ditampilkan dalam angka setara dengan penambahan 1,63 juta penduduk miskin sejak September 2017. Atau, jumlah penduduk miskin bertambah menjadi 26,42 juta orang.

Berdasarkan data diatas Indonesia benar-benar membutuhkan seseorang yang mampu membuka kesempatan

peluang untuk bekerja dibandingkan seseorang yang berpengetahuan tetapi mesti mengantri dalam barisan para pencari kerja. Kekuatan yang bisa membantu diri sendiri adalah salah satu sasaran wirausaha. Dengan adanya dukungan dari para pelaku wirausaha maka dapat membuka lapangan pekerjaan. Sehingga dapat meningkatkan keberhasilan pembangunan di suatu negara. Maka kewirausahaan menjadi hal yang penting bagi perekonomian di suatu negara. Lulusan perguruan tinggi cenderung menjadi pencari pekerjaan yang cocok dengan kemahirannya serta keterampilan yang dimilikinya hanya sedikit yang berwirausaha. Oleh karena itu, Mahasiswa menjadi target utama dalam pengembangan minat berwirausaha di Indonesia. Dengan adanya pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi mahasiswa tidak hanya mendapatkan teori saja akan tetapi dapat mengubah pola pikir mereka untuk berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan memberikan pengaruh yang amat penting dalam menumbuhkan jiwa wirausaha di kalangan anak muda salah satunya di kalangan mahasiswa.

Dan hal tersebut beriringan dengan banyaknya akses informasi yang bisa diperoleh mahasiswa melalui media terutama media sosial. Kedudukan media sosial saat ini sangat diakui untuk membantu di dunia usaha yang penggunaannya amat mudah serta bisa diakses oleh siapa saja dengan konektivitas internet. Efektivitas pemanfaatannya tergantung pada

bagaimana pemilik menggunakannya. Di Indonesia perkembangan teknologi memang begitu cepat dari waktu ke waktu, selalu menyelusuri berbagai macam perkembangan teknologi hingga menginjak pada masa bahwa pengguna media sosial menjadi keperluan sehari-hari hampir diseluruh aktivitas. Dengan adanya mata kuliah Pendidikan kewirausahaan serta memanfaatkan media sosial dengan bijak. Seorang mahasiswa dapat melatih dirinya untuk bisa percaya diri dalam jualan berbasis online shop, yang mana dapat dipromosikan melalui Instagram, Facebook, Whatsap dan media sosial lainnya. Media sosial dapat memudahkan pengguna yang memiliki bisnis online untuk memanfaatkannya dalam melakukan promosi bisnis karena media sosial tersebut banyak diakses oleh masyarakat umum, sehingga mahasiswa akan lebih kreatif dalam berwirausaha dan dapat menambah uang saku.

Dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa terutama mahasiswa UPMI, pihak perguruan tinggi telah melakukan berbagai upaya antara lain dengan ditetapkannya mata kuliah kewirausahaan di setiap fakultas, khususnya untuk mahasiswa FKIP. Mata kuliah kewirausahaan ini ditempuh dengan total 2 SKS. Dengan melihat pentingnya peranan wirausaha dan memperhatikan komponen yang bersangkutan terkait minat berwirausaha mahasiswa, maka perlu dikembangkan atau dikaji lebih dalam tentang bagaimana cara menumbuhkan minat berwirausaha tersebut khususnya untuk mahasiswa FKIP UPMI.

Berdasarkan hasil pengamatan sebanyak 80% mahasiswa FKIP UPMI telah menggunakan Smartphone dan sudah berbasis android. Media sosial yang sering diakses yaitu Instagram, Whatsap, Line, Telegram. Dengan menggunakan media sosial tersebut mahasiswa FKIP FKIP memanfaatkannya dengan baik yaitu untuk berjualan secara online. Misalnya jualan baju, sepatu, makanan, minuman, skincare. Dengan berjualan online tersebut dapat

menambah uang saku mahasiswa dan dapat melatih jiwa wirausaha mahasiswa.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial saat ini merupakan aktivitas yang sangat mempermudah akses individu dalam berinteraksi. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010:124) mendefinisikan media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Menurut Taprial dan Kanwar (2012:98) menyatakan bahwa "media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain". Menurut Lewis (2010:34) menyatakan bahwa "media sosial adalah label bagi teknologi digital yang memungkinkan orang untuk berhubungan, berinteraksi, memproduksi, dan berbagi isi pesan". Peneliti dapat menyimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".

Definisi Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan adalah senjata penghancur pengangguran dan kemiskinan, dan menjadi tangga menuju impian setiap masyarakat untuk mandiri secara finansial, memiliki kemampuan membangun kemakmuran individu, sekaligus ikut membangun kesejahteraan masyarakat (Asmani 2010). Pendidikan kewirausahaan mengajarkan penanaman nilai-nilai kewirausahaan yang akan

membentuk karakter dan perilaku untuk berwirausaha agar peserta didik dapat mandiri. Pendidikan kewirausahaan juga mampu membekali peserta didik dengan berbagai kompetensi kewirausahaan yang nantinya akan membawa manfaat besar bagi kehidupannya. Sedangkan pengertian kewirausahaan adalah, menurut Suryana (2014:15) bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar untuk menciptakan peluang usaha agar meraih kesuksesan dalam usaha. Kreatif merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seorang wirausaha untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru. Sementara itu inovatif merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seorang wirausaha untuk menerapkan kreatif dalam rangka memecahkan persoalan bisnis dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Berdasarkan pengertian tentang pembelajaran dan kewirausahaan di atas dapat disimpulkan bahwa pembelajaran kewirausahaan merupakan upaya yang dilakukan dengan sengaja oleh guru atau dosen untuk membelajarkan tentang kewirausahaan dan menata lingkungan yang baik.

Definisi Minat Berwirausaha

Menurut Hisrich Peters dalam Suryana dan Bayu (2013) bahwa, "minat berwirausaha adalah proses yang menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko untuk dapat meningkatkan keterampilan dalam menciptakan sesuatu yang baru, inovatif dan menarik sehingga memunculkan peluang usaha. Jadi dapat disimpulkan bahwa Minat berwirausaha merupakan suatu ketertarikan pada diri seseorang terhadap kegiatan wirausaha dan keinginan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Minat berwirausaha muncul karena didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha kemudian dilanjutkan pada suatu kegiatan berpartisipasi untuk memperoleh pengalaman yang pada akhirnya muncul keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut. Minat berwirausaha yang terjadi pada seseorang

tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dapat dipupuk dan dikembangkan. Batasan minat berwirausaha dibatasi dari faktor yang mempengaruhinya, yaitu perasaan senang, keinginan, perhatian, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat serta pengalaman.

METODE

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti melakukan penelitian di FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia . Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari- Mei 2022. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdapat dua variabel yakni Penggunaan Media Sosial (X1) dan Pendidikan Kewirausahaan selain itu untuk variabel terikatnya adalah minat berwirausaha (Y). Populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa FKIP Program Studi Ekonomi Semester VI yang berjumlah 54 mahasiswa. Sampel penelitian diambil dengan teknik proporsional random sampling dengan menggunakan aplikasi randomizer yaitu sebanyak 96 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup. Penilaian ini menggunakan skala likert. Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi Product Moment dengan bantuan aplikasi SPSS for windows 24.00. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen yang dibuat dapat mengukur apa yang akan diukur. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Uji Cronbach's Alpha melalui aplikasi SPSS for windows 24.00. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan jawaban responden.

Teknik analisis data dimulai dari tabulasi data, selanjutnya dilakukan uji prasyarat seperti uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, serta uji heteroskedastisitas. Selanjutnya uji regresi yang meliputi uji regresi linier berganda, uji koefisien regresi parsial (uji t), uji koefisien regresi simultan (uji f), dan uji determinasi. Uji ini menggunakan taraf signifikansi 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil data yang diolah SPSS diperoleh data,

1. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov Smirnov Z* sebesar 0,752 dengan nilai signifikan yang tercantum sebagai *Asymp. Sig. (2tailed)* sebesar 0,624. Berdasarkan hasil tersebut, nilai uji normalitas sebesar 0,624 lebih besar dari 0,05 sehingga data dinyatakan berdistribusi normal
2. Terdapat hasil uji linieritas berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa antara variabel

Penggunaan Media Sosial (X_1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) memiliki hasil tes *Deviation from Linearity* sebesar 0,583 atau diatas 0,05 ($0,583 > 0,05$), ini menyatakan bahwa kedua variabel tersebut dinyatakan linier yang berarti penelitian dapat dilanjutkan.

3. Sedangkan hasil perhitungan uji linieritas antara variabel Pendidikan Kewirausahaan (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) memiliki hasil tes *Deviation from Linearity* sebesar 0,77 atau diatas 0,05 ($0,77 > 0,05$), ini menyatakan bahwa kedua variabel tersebut dinyatakan linier dan penelitian dapat dilanjutkan.
4. Dan hasil uji multikolinieritas diatas koefisien *tolerance* dua variabel bebas sebesar $0,310 > 0,10$ dan nilai VIF yang dihasilkan sebesar $3,223 < 10,00$. Hal ini menyatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi sehingga pengujian dapat dilanjutkan.

Tabel 1. Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.690	.678	1.77466

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana
Penggunaan Media Sosial (X_1)

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	4.968	2.166		2.294	.026
Penggunaan Media Sosial (X_1)	.764	.100	.734	7.652	.000

a. Dependendt Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: data diolah Tahun 2022

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana
Pendidikan Kewirausahaan (X_2)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	5.045	1.594			3.165	.003
Pendidikan Kewirausahaan	.542	.052	.826		10.375	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha
Sumber: data diolah Tahun 2022

Tabel 4. Output Regresi Berganda Pengaruh X_1 dan X_2
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	343.986	2	171.993	54.611	.000 ^a
Residual	154.321	49	3.149		
Total	498.308	51			

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan
b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Hasil uji dari table 4, Berdasarkan hasil analisis uji F-hitung di peroleh F-hitung sebesar 54,611 lebih besar dari F-tabel yaitu 3,187 berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang di tetapkan 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan berarti memang benar ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial dan Pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian membuktikan bahwa, variabel *Penggunaan Media Sosial* (X_1) dan *Pendidikan Kewirausahaan* (X_2), berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi Tahun 2022.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan didapatkan bahwa penggunaan media sosial dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Program Studi Pendidikan

Ekonomi Tahun 2022. Hal ini dapat dilihat dari nilai F-hitung sebesar 54,611 lebih besar dari F-tabel yaitu 3,187 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang di tetapkan 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Adapun saran yang disampaikan peneliti kepada mahasiswa yaitu sebaiknya mahasiswa lebih memanfaatkan media sosial yang dimilikinya dengan cara membuka link link baru agar dapat menambah wawasan dalam berwirausaha, selalu menanamkan sikap percaya diri yang tinggi saat menawarkan suatu produk karena semakin tinggi minat berwirausaha maka akan semakin tinggi pula tingkat percaya diri yang dimiliki, harus selalu optimis ketika akan memulai suatu usaha, agar usaha yang akan dijalannya dapat berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

Asmani, Jamal Ma'mur. (2010). *Tips Efektif Aplikasi KTSP Di Sekolah*. Yogyakarta:

Bening.

- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. (2010). "Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media." *Business Horizons* 124.
- Lewis, Bobbi Kay. (2010). "Experiential Learning and Media Sales: A Case Study Perspective." *Journal of Advertising Education* 34.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana, Yuyus, and Kartib Bayu. (2013). *Kewirausahaan*. Jakarta: KENCANA.
- Taprial, Varinder, and Priya Kanwar. (2012). "Understanding Social Media." *Bookboon* 98.