

Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi

The Effect of Social Media Utilization and Motivation on Entrepreneurial Interest in Economics Education Department Students

Karmila Fairuz Mahdiyyah¹, Waspodo Tjipto Subroto²

Universitas Negeri Surabaya

Email: Karmila.18048@mhs.unesa.ac.id

Abstract

Social media can be a breakthrough in changing the mindset of undergraduates of the Department of Economic Education, Faculty of Economics, Surabaya State University in entrepreneurship. This is believed to be because social media makes it easier for students to market products widely without incurring high costs. This research aims to find out: (1) the impact of social media utilization on the entrepreneurial interests of students majoring in economic education, (2) the impact of inspiration utilization on entrepreneurial interests majoring in economic education, (3) the impact of social media utilization and inspiration on the entrepreneurial interests of undergraduates majoring in Economic Education. Sample collection techniques use random sampling techniques. The number of samples is known as many as 139 students majoring in Economic Education. The results showed: (1) The use of social media affects the Entrepreneurial Interests of undergraduates of the Department of Economic Education, (2) Motivation affects the Entrepreneurial Interests of Students of the Department of Economic Education, and (3) social media and Inspiration together affects the Entrepreneurial Interest of undergraduates of the Department of Economic Education.

Keywords: *social media, Motivation, Entrepreneurial Interests*

Abstrak

Media sosial dapat menjadi terobosan dalam mengubah pola pikir mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya pada berwirausaha. Hal ini diyakini karena media sosial mempermudah mahasiswa dalam melakukan pemasaran terhadap produk secara luas tanpa mengeluarkan biaya yang tinggi. Riset ini berfungsi untuk mengetahui: (1) pengaruh pemanfaatan sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi, (2) pengaruh pemanfaatan motivasi terhadap minat berwirausaha jurusan pendidikan ekonomi, (3) pengaruh pemanfaatan sosial media dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi. Teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik *random sampling*, sehingga diketahui jumlah sampel sebanyak 139 mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Pemanfaatan Sosial Media dapat memengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi, (2) Motivasi dapat memengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi, dan (3) Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi secara simultan dapat memengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi.

Kata kunci: *Media sosial, Motivasi, Minat Berwirausaha*

PENDAHULUAN

Bagi anak didik yang telah berhasil dari universitas, mereka pasti mendambakan profesi yang mapan dan relevan dengan yang didapatkan pada bangku perkuliahan. Keahlian yang dipelajari saat berada di perguruan tinggi

sangat bermanfaat apabila di terapkan pada dunia kerja. Di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya, setiap jurusan mendapatkan mata kuliah kewirausahaan. Mahasiswa diajarkan tentang memahami teori kewirausahaan yang kemudian diterapkan di lingkungan sekitar. Dengan memanfaatkan peluang berwirausaha dapat menjadikan individu mahasiswa lebih mengoptimalkan peluang dan potensi yang mereka miliki. Dalam meningkatkan dan menumbuhkan semangat jiwa berwirausaha bagi mahasiswa, di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya memiliki berbagai ragam kegiatan kewirausahaan, diantaranya ialah PMW, PKM-K, *Business Plan Competition*, dan Bazar yang biasa dilakukan secara rutin di antara Gedung G1 dan G2.

Minat berwirausaha dapat dikatakan sebagai ketertarikan individu terhadap jerih payah dalam memenuhi kebutuhan tanpa mengkhawatirkan adanya risiko yang akan dihadapi atau diterima. Suryana (2016), mengungkapkan adanya enam komponen penting dalam etika bisnis yaitu kukuh, oreintasinya hasil, berani menerima resiko, kekuatan, keorisinalitasan dan orientasinya dengan masa depan. Menurut Drs.slameto (2013) bahwa ketertarikan apabila salah satu sudut pandang psikologis yang dibujuk beberapa variable, baik yang sifatnya dari internal ataupun dari eksternal. Menatap dari dalam diri anak didik, ketertarikan dipengaruhi angan-angan, kebagaisaan, kebutuhan, bakat, dan wawasan. Internet adalah teknologi yang berkembang dengan sangat cepat di era revolusi insdustri 4.0 yang dimana memberikan banyak dampak yang cukup signifikan pada masyarakat. Dengan adanya internet kita dimudahkan dalam berkomunikasi satu sama lain tanpa memandang seberapa jauh jarak yang ada. Media yang digunakan untuk berkomunikasi dilakukan secara *online* dengan cara saling berinteraksi melalui isi pesan berbasis web, yang biasa disebut dengan sosmed atau sosial media Michael Cross (2013), media sosial juga dapat dimanfaatkan masyarakat untuk menyalurkan kreativitas dalam bentuk konten yang biasa disebut dengan *content creator*.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Carr & Hayes (2015), media sosial merupakan sarana prasarana *online* adapun memberikan momen pada para penggunanya untuk menjalin dan mempresentasikan kalah dengan masyarakat luas walaupun tidak mendorong harga diri dari *klien yang dihasilkan konsen* serta presepsi koneksi individu dengan orang lain. Berdagang di media sosial sangat mudah dilakukan semua orang dan tidak membutuhkan banyak uang. Langkah yang dilakukan ialah cukup membuat akun di situs jejaring sosial, mengunggah gambar produk yang akan dijual melalui situs jejaring sosial, dan mempromosikannya ke pengguna internet lainnya. Dalam bidang ekonomi, media sosial dinilai dapat menjadi media pemasaran bagi suatu usaha yang dilakukan secara *online*.

Menurut Prasetio & Hariyani (2020), motivasi merupakan salah satu indikator untuk mendorong kekuatan seseorang agar dapat melakukan kegiatan berwirausaha yang dibutuhkan pada diri seorang mahasiswa. Menurut Rusdiana (2017), terdapat tiga kebutuhan dasar yang mendorong motivasi, ialah: kebutuhan berprestasi, afiliasi, dan kekuasaan.

Minat merupakan suatu hal yang dapat membuat seseorang dengan senang hati mengembangkan ide-ide tertentu. Menurut Mappiare Andi (1982), minat ialah suatu perasaan yang bercampur menjadi satu dengan harapan dan pendirian yang mendorong orang untuk kecendrungan suatu pilihan tertentu. Minat berwirausaha, kecendrungan manusia untuk menciptakan ssesuatau yang dimana diatur, dikelola, pengambilan resiko dan mengembangkan bisnisnya sendiri, Mahesa & Rahardja (2012).

METODE

Analisis ini dilakukan dengan menetapkan data kuantitatif. Jenis data sendiri didapat pada hasil kuisisioner yang dijawab oleh responden. Populasi dalam riset ini ialah mahasiswa dari Jurusan Pendidikan ekonomi Angkatan 2019, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya yang telah menempuh pelajaran usaha bisnis dengan jumlah seluruhnya adalah 214 mahasiswa. Berikut merupakan tabel persebaran populasi penelitian:

Tabel 1
Populasi Penelitian

Angkatan	Jumlah Mahasiswa
S1 Pendidikan A kuntansi Angkatan 2019	55
S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019	55
S1 Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2019	49
S1 Pendidikan A dministrasi Perkantoran Angkatan 2019	55
Jumlah Total	214

Sumber: Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya, 2021

Sampel riset ini dilaksanakan melalui teknik *simple random sampling* ini ialah tipe pemungutan sampel fondasi yang sering dipakai untuk meningkatkan metode pemungutan sampel yang lebih kompleks (Arieska & Herdiani, 2018). Adapun dalam mengambil sampel teknik *simple random sampling* menggunakan rumus slovin berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{214}{1 + 214 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{214}{1 + (214 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{216}{1 + (0.535)}$$

$$n = \frac{216}{1,535}$$

$$n = 139,41$$

Berdasarkan penghitungan memakai rumus slovin diatas, diperoleh hasil sampel penelitian sebanyak 139,41 sehingga dibulatkan menjadi 139 mahasiswa. Kemudian dilakukan metode acak terhadap populasi mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 agar terbagi dengan rata. Sehingga diperoleh data sampel sebagai berikut:

Tabel 2
Sampel Penelitian

Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Proporsi sampel
S1 Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019	55	$(55/214) \times 139 = 36$
S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019	55	$(55/214) \times 139 = 36$
S1 Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2019	49	$(49/214) \times 139 = 31$
S1 Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2019	55	$(55/214) \times 139 = 36$
Jumlah		139

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Teknik pemeriksaan informasi dieksploitasi pada ulasan ini meliputi: tes instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji statistik t, uji statistik f, dan uji koefisien determinasi).

HASIL PEMBAHASAN

Isi Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna mengetahui tingkat kevalidan dari setiap butir soal kuesioner dalam ulasan. Uji validitas ini dikerjakan dengan menjumlahkan hasil setiap pertanyaan dengan jumlah hasil semua pertanyaan, sehingga diperoleh nilai korelasi Pearson yang dipakai sebagai tumpuan untuk menetapkan tingkat validitas pertanyaan, apabila nilai pearson correlation atau nilai r_{hitung} lebih dari r_{tabel} maka item pertanyaan tersebut dikatakan benar, namun jika nilai r_{hitung} kurang dari r_{tabel} , maka item pertanyaan tersebut tidak benar, Siyoto & Sodik (2015). Hasil uji validitas kuesioner yang dilakukan telah memenuhi syarat.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna mengetahui kestabilan dari instrument analisis tersebut, jika kuesioner penelitian digunakan berulang kali dan masih menunjukkan konsistensi yang baik, maka alat penelitian ini dianggap reliabel. Adapun indikator untuk mengetahui apakah angket penelitian reliabel atau tidak menggunakan nilai koefisien alfa, jika koefisien alfa lebih besar dari 0,6 alat dikatakan reliabel, tetapi jika nilai koefisien alfa kurang dari 0,6 alat ini tidak dapat diandalkan. (Siyoto & Sodik, 2015). Adapun uji reliabilitas pada kuesioner penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:

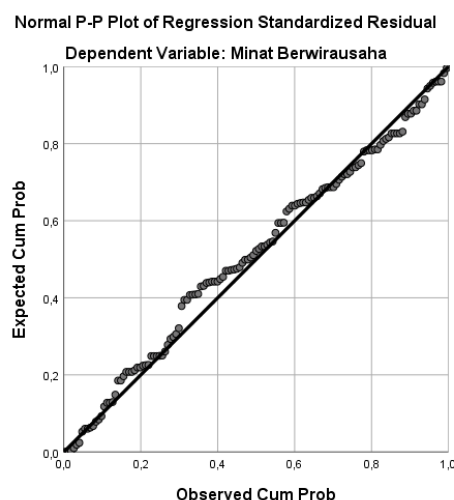
Tabel 3
Uji Reliabilitas

No.	Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Pemanfaatan Sosial media	0,757	Reliabel
2.	Motivasi	0,743	Reliabel
3.	Minat Berwirausaha	0,906	Reliabel

Sumber: Output SPSS diolah peneliti, 2021

Menurut uji reliabilitas yang telah dilakukan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari nilai koefisien, hal ini tercermin dari nilai *Cronbach Alpha* untuk item soal pada variabel pemanfaatan *social media* 0,757 atau lebih besar dari 0,6 sementara itu nilai *Cronbach Alpha* untuk item soal motivasi sebesar 0,743 dan terakhir untuk nilai *Cronbach Alpha* pada item soal minat berwirausaha memperoleh nilai 0,906. Bahwa dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan dalam kuesioner tersebut reliabel.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Sumber: Hasil output SPSS diolah peneliti, 2021

Gambar 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dengan P-Plot adalah jika titik-titik tersebut dekat atau sepanjang diagonal, bisa diartikan nilai residual dikatakan berdistribusi normal. Nilai ini ditunjukkan jika titik-titik tersebut terpisah atau menyebar dan tidak mengikuti diagonal. Pada Gambar 1 di atas titik-titik tersebut telah mendekati atau mengikuti diagonal, diberi kesimpulan priset berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas pada variabel bebas sebagai berikut:

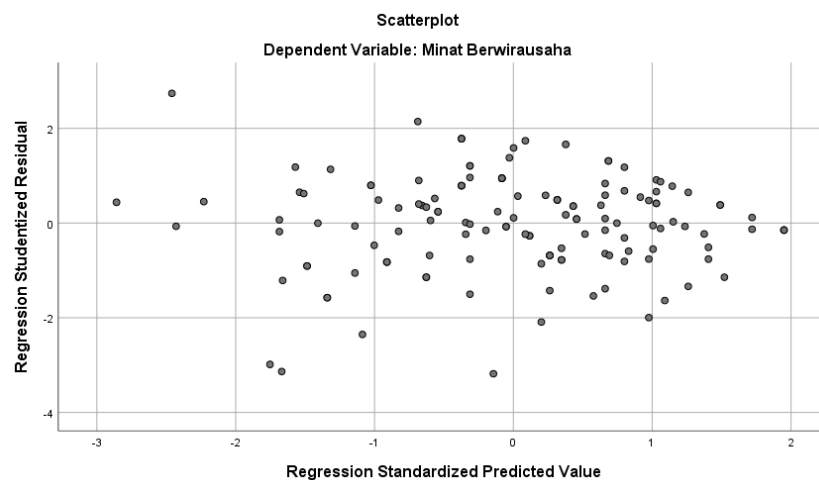
Tabel 4
Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3,861	3,432		-1,125	,263		
Pemanfaatan Sosial Media	,534	,076	,444	6,982	,000	,786	1,272
Motivasi	,926	,134	,438	6,896	,000	,786	1,272

Sumber: Hasil output SPSS diolah peneliti, 2021

Menurut tabel 4, kedapatan variabel pemanfaatan sosial media memiliki nilai toleransi $0,786 > 0,1$ dan VIF $1,272 < 10$ maka itu tidak terjadi multikolinieritas pada variabel pemanfaatan social media (X1), kemudian variabel motivasi mempunyai nilai *tolerance* $0,786 > 0,1$ dan VIF $1,272 < 10$, bisa diartikan tidak terjadi multikolinieritas pada variabel motivasi (X2). Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas tersebut dibebaskan dari multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS diolah peneliti, 2021

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Asas penelitian uji heteroskedastisitas menggunakan grafik plot ialah apabila bintik bintik grafik terpencah (tidak berbentuk pola) hingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada gambar 2, terlihat bahwa bintik-bintik itu tidak berbentuk pola teratur, maka dari itu cenderung beralasan bahwa informasi pada riset ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya tidak ada interferensi pada fungsi regresi dalam penelitian ini karena varians yang tidak sama.

Analisis Regresi Linier Berganda

Saat ini, analisisnya menggunakan persamaan regresi linier berganda akan menangkap ada atau tidak dominasi variabel bebas atas variabel terikat. Taksir statistik pada analisis regresi linier berganda adapun dipakai pada analisis ini memakai program komputer versi SPSS 26. Rangkuman hasil penggarapan data memakai program SPSS ada pada tabel di bawah ini:

Tabel 5
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	-3,861	3,432		-1,125	,263		
Pemanfaatan Sosial Media	,534	,076	,444	6,982	,000	,786	1,272
Motivasi	,926	,134	,438	6,896	,000	,786	1,272

Sumber: Output SPSS diolah peneliti, 2021

Persamaan regresinya adalah $Y = -3,861 + 0,534X_1 + 0,926X_2$

Penjelasan terhadap hasil uji analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

- Nilai Konstanta -3,861 bisa diartikan apabila variabel Pemanfaatan sosial media (X1), Motivasi (X2) pada Minat Berwirausaha (Y), sama dengan nol sehingga variabel Pemanfaatan sosial media akan tetap -3,861.
- Nilai Konstanta -3,861 bisa diartikan apabila variabel Pemanfaatan sosial media (X1), Motivasi (X2) pada Minat Berwirausaha (Y), sama dengan nol sehingga variabel Pemanfaatan sosial media akan tetap -3,861.
- Koefisien regresi variabel Pemanfaatan soaial media (X1) sejumlah 0.534 memiliki makna alkisah apabila Pemanfaatan soaial media (X1) menumbuhkan satu satuan, lalu akan menumbuhkan Minat berwirausaha (Y) dengan asumsi variabel Motivasi (X2) dianggap tetap.
- Koefisien regresi variabel Motivasi (X2) 0.926 yang berarti andaikan Motivasi (X2) menumbuhkan satu satuan, sehingga dapat menumbuhkan Minat berwirausaha (Y) dengan asumsi variabel Pemanfaatan sosial media (X1) dianggap tetap.
- Hasil analisis pada penelitian akan sekaligus dominan mempengaruhi variable

Minat berwirausaha (Y) adalah Variabel Pemanfaatan sosial media (X1) adalah -3,861 dan Motivasi (X2) adalah 0.926.

Uji Hipotesis

Uji Statistik t

Indikator yang digunakan untuk melakukan uji t ditunjukkan dari hasil nilai signifikansi serta nilai t hitung dan t tabel. Apabila nilai signifikansi < 0,05 bisa diartikan variabel bebas ada pengaruh secara parsial pada variabel terikat, namun jika nilai signifikansi >0,05 bisa diartikan variabel bebas tidak ada pengaruh pada variabel terikat. Selain itu uji t juga dilihat dari nilai t hitung > t tabel bisa diartikan ada pengaruh secara parsial predictor pada variabel terikat, namun andaikan nilai t hitung < t tabel bisa diartikan bukan berpengaruh secara parsial variabel bebas pada variabel terikat, Muslich & Iswati (2019). Penelitian ini menggunakan responden yang berjumlah 139 maka menghasilkan t tabel sebesar 1,97756. Hasil uji statistik t telah dilakukan pada setiap variabel bebas pada variabel terikat menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 6
Uji Statistik t

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF	
B	Std. Error	Beta	t	Sig.			
1 (Constant)	-3,861	3,432		-1,125	,263		
Pemanfaatan Sosial Media	,534	,076	,444	6,982	,000	,786	1,272
Motivasi	,926	,134	,438	6,896	,000	,786	1,272

Sumber: Output SPSS diolah peneliti, 2021

Uji t ditujukan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh secara parsial antara variabel X dan Y dengan menghitung nilai sig. < 0,05 atau jika T hitung > T tabel. Rumus untuk mencari T tabel adalah :

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= (t \alpha/2 \div n - k - 1) \\ &= (0,05/2 \div 139 - 2 - 1) \\ &= (0,025 \div 136) \end{aligned}$$

$$T_{\text{tabel}} = 1,97756 \text{ (dapat dilihat pada Ttabel)}$$

Berikut merupakan penjabaran hasil uji statistik t:

1. Variabel pemanfaatan sosial media (X1) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung (6,982) > t tabel (1,97756), oleh karena itu ditarik kesimpulan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima bisa diartikan adanya kontrol secara parsial antar variabel pemanfaatan social media (X1) terhadap variabel

minat berwirausaha (Y).

2. Variabel motivasi (X2) memiliki nilai signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$ dan t hitung ($6,896$) $> t$ tabel ($1,97756$), oleh karena itu kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti adanya pengaruh secara parsial variabel motivasi (X2) pada minat berwirausaha (Y).

Uji Statistik F

Uji F yang digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas pada variabel terikat menggunakan indikator hasil nilai signifikansi dan juga nilai t hitung dan t tabel. Adapun dalam penelitian ini diperoleh F_{tabel} 2,341 untuk uji F yang telah dilakukan menghasilkan nilai berikut ini:

Tabel 7
Uji Statistik F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	2972,673	2	1486,336	,000 ^b
	Residual	2257,773	136	16,601	
	Total	5230,446	138		

Sumber: Output SPSS diolah peneliti, 2021

Uji F ditujukan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh secara simultan antara variabel X dan Y dengan menghitung nilai sig. $< 0,05$ atau jika F hitung $> F$ tabel. Rumus untuk mencari F tabel adalah :

$$\begin{aligned}
 F_{\text{tabel}} &= (k ; n - k) \\
 &= (2 ; 139 - 2) \\
 &= (2 ; 137)
 \end{aligned}$$

$$F_{\text{tabel}} = 2,341 \text{ (dapat dilihat pada } F_{\text{tabel}})$$

Hasil uji F tersebut kelihatan bahwa nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yakni $89,531 > 2,341$ serta nilai signifikansi $< 0,05$ yakni $0,00 < 0,05$ dengan demikian hipotesis ketiga diterima yakni pemanfaatan sosial media dan motivasi secara simultan ada kontrol pada variabel minat berwirausaha.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,754 ^a	,568	,562	4,074	2,044

Sumber: Output SPSS diolah peneliti, 2021

Nilai *Adjusted R square* digunakan memperkirakan banyak maksimaa kapasitas untuk memahami variasi variabel dependen, pada tabel nilai *Adjusted R square* 0.562. Hal ini menunjukkan 56.2% bisnis melalui Jurusan Pendidikan Ekonomi dipengaruhi oleh variasi dari dua faktor bebas, yaitu Pemanfaatan sosial media (X1), Motivasi pada Minat Berwirausaha (Y), sedangkan sisanya (100 - 56.2% = 43.8%) dijelaskan oleh variabel - variabel diluar variabel riset ini

Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media Pada Minat Berwirausaha

Hasil riset regresi linier berganda, ditemukan $Y = -3,861 + 0,534X1$ nomor ini memiliki nilai kontstanta -3,861, sehingga pengaruh variabel pemanfaatan media sosial (X1) pada minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi akan tetap -3,861. Hal ini berlaku jangka dilaksanakannya analisis. Koefisien regresi variabel pemanfaatan sosial media (X1) sejumlah 0,534 memiliki makna seandainya pemanfaatan sosial media (X1) menumbuhkan bagian bisa diartikan akan meningkatkan minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi sejumlah 0,534 dengan asumsi variabel motivasi (X2) dianggap tetap. Pemanfaatan sosial media mempunyai pengaruh atas minat berwirausaha. Dapat dilihat pada uji t yang memiliki nilai signifikasi (Sig.) sejumlah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $(6,982) > t$ tabel $(1,97756)$, maka dari analisis yang dilaksanakan mengutarakan bahwa pemanfaatan sosial media mempunyai dominasi positif atas minat berwirausaha. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Alfaruk (2017), tedapat kontrol pada penggunaan media sosial pada minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Universitas Ekonomi Muhammadiyah Sidoarjo. Andaikan seorang mahasiswa manfaatkan media sosial, ketertarikan mahasiswa dalam bisnis melalui media sosial akan tinggi.

Pengaruh Motivasi Pada Minat Berwirausaha

Dari penelitian regresi linear berganda didapat persamaan $Y = -3,861 + 0,926X2$ angka tersebut memiliki arti nilai konstanta -3,861 memiliki arti hingga variabel motivasi (X2) pada minat berwirausaha (Y) mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi maka variable minat berwirausaha untuk pasti yaitu -3,861. berlaku pada dilakukannya penelitian. Koefisien regresi variabel motivasi (X2) sejumlah 0.926 memiliki arti bahwa apabila Motivasi (X2) ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan Minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi sebesar 0,926 dengan asumsi variabel Pemanfaatan sosial media (X1) dianggap tetap. Motivasi mempunyai dominasi tatas minat berwirausaha. Dapat dilihat pada uji t mempunyai nilai signifikasi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $(6,896) > t$ tabel $(1,97756)$, bahwa penelitian yang dilaksanakan mengatakan bahwa motivasi mempunyai dominasi positif pada minat berwirausaha. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Alfaruk (2017) ada dampak persuasif terhadap ketertarikan wirausaha mahasiswi Fakultas Universitas Ekonomi

Muhammadiyah Sidoarjo. Motivasi tinggi dapat meningkatkan minat belajar dalam berwirausaha. Penelitian lain yang mendukung ialah penelitian dari Sumerta et al., (2020), bahwa motivasi inspirasi memiliki dampak positif dan luar biasa terhadap minat kewirausahaan.

Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Pada Minat Berwirausaha

Hasil riset pengolahan data yang memimpin mahasiswa melalui penyebaran kuisioner terhadap 139 informan yang sudah diuji maka dapat dilihat pengaruh pemanfaatan social media dan motivasi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi. Pemanfaatan sosial media (X1) dan Motivasi (X2) memiliki pengaruh terhadap Minat berwirausaha, hal ini terlihat dalam uji F yang menunjukkan nilai kepentingan $0,000 < 0,05$, dan nilai f hitung $(89,531) > f$ tabel $(2,341)$, maka dari penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa Pemanfaatan sosial media dan motivasi memiliki dampak secara bersama sama Minat bisnis. Besarnya kontribusi Pemanfaatan sosial media dan motivasi dalam mempengaruhi niat pembelian ulang dapat dilihat dengan nilai *Adjusted R square* 0.562. yang menunjukkan bahwa sebesar 56.2% minat berwirausaha pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri, sedangkan sisanya $(100 - 56.2\% = 43.8\%)$ dijelaskan oleh variabel-variabel diluar variabel penelitian ini. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sumerta et al., (2020), tingkat penggunaan sosial media dan motivasi secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kewirausahaan..

PENUTUP

Kesimpulan

Mengingat analisis maupun pembahasan memiliki dijelaskan, kesimpulan dalam penelitian ini ialah, pemanfaatan sosial media dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019. Adanya media sosial dinilai lebih baik, itu bisa meningkatkan minat belajar dalam berwirausaha. Media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai media jejaring sosial, melainkan memiliki fungsi lain yaitu digunakan dalam kegiatan berwirausaha. Motivasi berwirausaha dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019. Ini alasan bahwa adanya keinginan batin mahasiswa untuk menjadi wirausahawan yang sukses dan juga menunjukkan bahwa motivasi tumbuh kemudian pada mahasiswa. Pemanfaatan sosial media dan motivasi berwirausaha memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Universitas Negeri Surabaya

Saran

Menurut hasil penelitian maupun percakapan, saran pada penelitian ini ialah sebagai berikut, kepada pihak kampus dapat melakukan pembaharuan kurikulum

mata kuliah kewirausahaan yang dapat menumbuhkan sikap kewirausahaan pada mahasiswa, sehingga selepas mengampukan mata kuliah ini mahasiswa dapat mengembangkan usahanya dengan ilmu yang dimiliki, keluarga diharapkan dapat mendukung minat berwirausaha seseorang karena keluarga merupakan lingkungan terdekat yang dapat mempengaruhi dan mendorong seseorang untuk mencapai tujuan hidupnya, termasuk keinginan untuk berhasil dalam berwirausaha, bagi peneliti selanjutnya yang mengambil tema serupa terkait kewirausahaan bisa mengembangkan variabel baru agar dapat memperkaya referensi terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina dan Sularto. (2011). *Intensi Kewirausahaan Mahasiswa (Studi Perbandingan Antara Fakultas Ekonomi Dan Fakultas Ilmu Computer) dalam Proceeding PESAT Vol.4. 4.*
- Alfaruk, M. H. (2017). 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. <https://doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172>
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*, 6(2), 166-171. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/statistik/article/view/4322/4001>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- David McClelland. (1998). McClelland ' s Human Motivation Theory. In *The Achievement Motive*.
- Dr.H.Arusdiana, Drs., M. . (2017). *Kewirausahaan teori dan praktik*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/6gujt>
- Dr.Sandu Siyoto, SKM., M.Kes dan M. Ali Sodik, M. . (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Drs.slameto. (2013). Belajar Dan Faktor Faktor Yang Mempengaruhi. In *Belajar*.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Irdawati, I. (2022). Effect of Working Capital and Leverage on Profitability (Study on Food and Beverage Sub-Sector Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2014 - 2018 Period). *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (Sinomics Journal)*, 1(2), 241-250. <https://doi.org/10.54443/sj.v1i2.23>
- Janie, D. N. A. (2012). *STATISTIK DESKRIPTIF & REGRESI LINIER BERGANDA DENGAN SPSS* (A. Eka (ed.)). Semarang University Press.

- Mahesa, A. D., & Rahardja, E. (2012). Analisis Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha. *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 130-137.
- Mappiare Andi. (1982). *Psikologi Remaja*.
- Mayfield, A. (2008). What is Social Media? An eBook from iCrossing. *What Is Social Media? An EBook from ICrossing*.
- Michael Cross. (2013). Leveraging Social Networking While Mitigating Risk: 1st Edition, Syngress. *Leveraging Social Networking While Mitigating Risk: 1st Edition, Syngress*.
- Morissan M.A. (2010). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*.
- Muslich, A., & Iswati, S. (. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Muslich, A., & Iswati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (M. Anshori (ed.); 1st ed.). Airlangga University Press.
- Prasetio, T., & Hariyani, R. (2020). Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA ITH Ekonomika*.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In Cv. *Wade Group*.
- Satrionugroho, B., & Tomo, S. (2020). Analisa Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha (Studi Kasus Di STMIK Sinar Nusantara Surakarta). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 87-93.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Suliyanto. (2011). Analisis Regresi Berganda. In *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS* (Issue Akkc 156, p. 55).
- Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. (2020). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 627. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i07.p03>
- Suryana. (2016). Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Tanjung, A. A., & M. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN SEDERHANA, RINGKAS, PADAT, DAN MUDAH DIPAHAMI* (A. A. Tanjung & Mulyani (eds.); 1st ed.).
- Tanjung, A. A., & Mulyani. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN SEDERHANA, RINGKAS, PADAT, DAN MUDAH DIPAHAMI* (A. A. Tanjung & Mulyani (eds.); 1st ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Yudhia, R. ., & Ali Alam, I. . (2022). Pengembangan Usaha Butik Pada Masa Pandemi Covid-19 di Wu&Wilson Bandar Lampung. *Sinomika Journal: Publikasi*

Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi

Karmila Fairuz Mahdiyyah, Waspodo Tjipto Subroto
DOI: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i2.189>

Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi, 1(1), 47-60.
<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i1.141>