

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA  
MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI STKIP PGRI  
JOMBANG**

Puji Jayadi  
E-mail: [pujijayadi94@gmail.com](mailto:pujijayadi94@gmail.com)  
Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang

**ABSTRAK**

Jayadi, Puji. 2018. *Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang*. Dr. Heru Totok Tri Wahono, S.Pd., M.Pd.

Kata Kunci: Media Sosial, Minat Berwirausaha.

Kehadiran internet telah memberikan perubahan secara revolusioner terhadap cara hidup dan aktivitas manusia sehari-hari. Melalui internet, setiap orang dapat mengakses ke dunia global untuk memperoleh berbagai informasi yang mereka butuhkan dalam segala kebutuhan sehari-harinya. Ditengah maraknya pengguna internet dari tahun ke tahun, semakin banyak pula bisnis yang telah dirintis melalui media sosial. Dengan adanya fasilitas media sosial tersebut diharapkan minat berwirausaha mahasiswa dapat tumbuh. Minat berwirausaha merupakan keinginan yang dimiliki seseorang atau individu dalam mencapai suatu tujuan untuk mendirikan sebuah usaha. Minat seseorang tidak bisa dibuat-buat melainkan berasal dari jiwa individu sendiri.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan ada atau tidak ada pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi pendidikan ekonomi angkatan 2015 yang berjumlah 145 mahasiswa. Sampel yang digunakan berjumlah 60 responden, dengan teknik *random sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana, uji normalitas, uji koefisien determinasi dan uji-t. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh signifikan media sosial terhadap minat berwirausaha dengan nilai  $t_{hitung} 4,484 > t_{tabel} 2,000$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Media sosial memberikan pengaruh sebesar 25,7% terhadap minat berwirausaha dan sisanya sebesar 74,3% harus dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## ABSTRACT

Jayadi, Puji. 2018. *Influence of Social Media on Entrepreneurship Interest of Students Economics Education Program STKIP PGRI Jombang*. Dr. Heru Totok Tri Wahono, S.Pd.,M.Pd.

Key Word: Social Media, Entrepreneurship Interest.

The internet presence has given revolutionary changed for the way of life and daily human activities. Through the internet, everyone can adapt to the global world to get the information they need in everyday needs. Amid the rise of internet users from year to year, and many more businesses that have been pioneered through social media. With the existence of social media facilities that are expected student's entrepreneurship interest can grow. Interest in entrepreneurship is a desire that supports a person or individual in various purposes to build a business. A person's interest can not be made up from the individual's own soul.

The purpose of this study is to explain whether or not there is influence of social media on entrepreneurship interest of students economics education program STKIP PGRI Jombang. Population in this research is student of economy education program of 2015 which amounts to 145 student. The sample used is 60 respondents, by random sampling technique. Data analysis using simple linear regression, normality test, coefficient of determination test and t-test. The results showed significant influence of social media on entrepreneurship interest with  $t$  - count  $4,484 > t$  - table  $2,000$  with significance value  $0,000 < 0,05$ . Social media gives 25,7% influence to entrepreneurship interest and the rest is 74,3% must be explained to other variable that not used in this research.

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat baik dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, pendidikan dan sebagainya. Terutama dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat, sehingga akhirnya akan meningkatkan produktivitas. Perkembangan teknologi informasi berdampak pada bermunculannya berbagai jenis kegiatan yang berbasis teknologi, seperti *e-government*, *e-commerce*, *e-education*, *e-medicine*, *e-laboratory* dan sebagainya, yang semuanya itu berbasiskan elektronik (Hamzah, 2011: 57).

Media sosial kini sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat Indonesia, Media sosial merupakan aplikasi media *online* yang penggunaannya bisa berhubungan langsung dengan dunia internet, dimana dalam pengaksesan programnya bisa disambungkan ke *server computer* atau komputer lainnya dalam memasarkan barang atau mempromosikan produk baik melalui *Facebook* maupun *Instagram*.

Menurut Aditya (2015:6), *Facebook* merupakan salah satu jejaring sosial *mikroblogging* yang dipergunakan sebagai media komunikasi dan penyampaian informasi yang didalamnya memungkinkan terjadi pertukaran informasi. Pengguna *Facebook* dapat juga bertukar informasi atau opini lewat “*chatting*”, mengirimkan komentar pada status atau foto pengguna *Facebook* lain. *Facebook* juga menyediakan *fitur fanspage* dan *group* yang bisa kita gunakan untuk berpromosi. Selain *Facebook*, media sosial lain yang lagi tren dikalangan masyarakat atau mahasiswa adalah *Instagram*.

*Instagram* merupakan terobosan terbaru sosial media yang berbasis *picture publishing*, yang hanya diperuntukkan kepada pengguna sosial media yang menyukai foto. Hal ini pula yang membuat *instagram* menarik di kalangan remaja khususnya mahasiswa, karena berbeda dengan media sosial lainnya yang berbasis *chatting*. Jadi dengan hanya mempublikasikan foto-foto, mereka bisa lebih mengekspresikan diri, yang tidak bisa dilakukan di dunia nyata. Dengan

*Instagram*, mereka bisa mengekspresikan diri, memasarkan produk dan memperluas pertemanan (Salsabyla, (Media Online): 2016).

Hubungan antara media sosial terhadap minat berwirausaha dimana media sosial telah menjadi sangat *popular* karena memberikan kesempatan orang-orang untuk terhubung di dunia *online* dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis atau berwirausaha. Saat ini sudah banyak pelaku-pelaku wirausaha yang menggunakan fasilitas dari media sosial, khususnya mahasiswa STKIP PGRI Jombang .

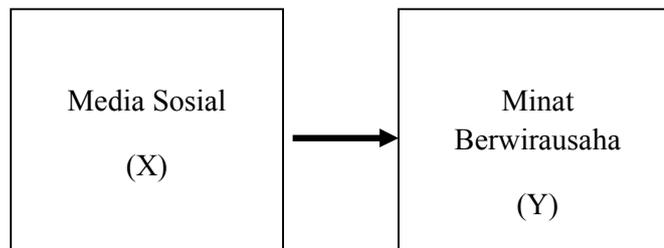
STKIP PGRI Jombang mempunyai beberapa program studi diantaranya program studi pendidikan ekonomi. Selain menghasilkan tenaga pendidik profesional, program studi pendidikan ekonomi juga melatih mahasiswa dalam bidang *entrepreneur*. Kata *entrepreneur* disitu dapat berarti bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi tidak hanya terfokus pada ilmu di bidang pendidikan saja tetapi juga mampu menguasai ilmu tentang kewirausahaan.

Mahasiswa prodi pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang diharapkan mampu memanfaatkan peluang berwirausaha melalui media sosial, modal yang selama ini jadi beban bagi mayoritas mahasiswa bisa sedikit dikurangi dalam pemasaran melalui media sosial. Hal itu dikarenakan berwirausaha melalui media sosial hanya membutuhkan modal yang kecil. Bahkan sebenarnya usaha ini menempati level usaha tanpa modal. Karena mahasiswa tidak perlu lagi mengeluarkan uang untuk membangun toko, tidak perlu mengisi toko dengan barang dagangan, tidak perlu membayar karyawan, tidak perlu mengurus ijin usaha karena usaha ini adalah usaha rumahan. Pembuatan *website* pun bisa menggunakan fasilitas gratisan yang tersedia di internet.

Adapun tujuan penelitian ini yaitu: untuk menjelaskan ada atau tidak ada pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang.

## METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggambarkan regresi linier sederhana. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Nur Indriantoro dan Supomo, (2009: 12) dalam Syaifudin (2016: 37). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Media Sosial (X), sedangkan variabel terikat yaitu Minat Berwirausaha (Y). Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang, dengan rancangan penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Keterangan:

- X : Media Sosial
- Y : Minat Berwirausaha

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang angkatan 2015 yang berjumlah 145 mahasiswa yaitu mahasiswa yang pernah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan yang sebagai subjek penelitian dengan pertimbangan bahwa mahasiswa yang setelah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan dan praktek kewirasuahaan dilapangan. Sedangkan teknik yang digunakan adalah *random sampling*. *Random sampling* yaitu cara pengambilan dari sampel anggota populasi menggunakan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan dilakukan pengambilan secara acak.

Hal ini dilakukan apabila populasi dianggap sejenis (homogen). Sehingga sampel yang diperoleh adalah berjumlah 60 mahasiswa.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket atau kuisisioner. Menurut Arikunto (2013: 194) kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Sedangkan untuk analisis data menggunakan regresi linier sederhana, uji normalitas, uji koefisien determinasi dan uji-t.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa media sosial *Facebook* dan *Instagram* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan ekonomi STKIP PGRI Jombang. Media sosial merupakan aplikasi media *online* yang penggunaannya bisa berhubungan langsung dengan dunia internet, dimana dalam pengaksesan programnya bisa disambungkan ke *server computer* atau komputer lainnya dalam memasarkan barang atau mempromosikan produk baik melalui media sosial *Facebook* maupun *Instagram*. Berwirausaha melalui media sosial memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan cara tradisional.

Keunggulan tersebut seperti mudahnya berkomunikasi serta tidak menghabiskan banyak waktu dalam berkomunikasi, ditunjang dengan efisiensi dimana media sosial dapat diakses dimanapun serta tidak membutuhkan banyak biaya, membuat media sosial dapat menjadi alternatif tepat bagi mahasiswa yang sebagian besar belum punya penghasilan sendiri untuk mencoba berwirausaha.

Mencoba Berwirausaha disini maksudnya bukan langsung membuka toko dan mempekerjakan karyawan, tetapi terlebih pada memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di akun media sosial untuk mempromosikan barang atau produk yang ingin anda jual. Sekarang sudah banyak web atau forum-forum yang memfasilitasi para penggunanya untuk bukan sekedar berbincang dan berkomunikasi saja, tetapi juga memfasilitasi untuk para akun tersebut berdagang atau menjual produk mereka. Bahkan banyak dari mereka yang punya modal minimalis, merasa telah terbantu berkat fitur-fitur berjualan ini. Saat ini sudah banyak pelaku-pelaku

wirausaha yang menggunakan fasilitas dari media sosial. Terbukti dengan semakin banyaknya penerbitan buku-buku panduan tentang berwirausaha melalui media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Yusril (2013: 15), maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, dengan tingkat pengaruh yang termasuk dalam kategori rendah.

Penelitian tersebut didukung penelitian Kurnianto (2012:71) terkait dengan menumbuhkembangkan minat berwirausaha bagi para mahasiswa berpendapat, bahwa salah satu cara untuk menumbuhkembangkan minat berwirausaha dapat dimulai dari bangku kuliah. Dalam penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa perguruan tinggi memainkan peran fungsional dalam mempromosikan mata kuliah kewirausahaan karena perguruan tinggi dianggap sebagai lembaga yang ideal dalam membentuk budaya dan aspirasi kewirausahaan dikalangan mahasiswa. Hal ini dimungkinkan karena dalam perguruan tinggi, para mahasiswa diajarkan cara berpikir dan berperilaku sebagai wirausaha.

STKIP PGRI Jombang adalah salah satu perguruan tinggi yang membekali para mahasiswanya untuk menjadi wirausaha. Khususnya para mahasiswa di program studi pendidikan ekonomi angkatan 2015 yang sudah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan. Sejumlah aktifitas telah dilakukan pada mata kuliah ini, yaitu tentang mempelajari teori-teori kewirausahaan serta praktek kewirausahaan di lapangan.

STKIP PGRI Jombang mempunyai beberapa program studi diantaranya program studi pendidikan ekonomi. Selain menghasilkan tenaga pendidik profesional, program studi pendidikan ekonomi juga melatih mahasiswa dalam bidang *entrepreneur*. Kata *entrepreneur* disitu dapat berarti bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi tidak hanya terfokus pada ilmu di bidang pendidikan saja tetapi juga mampu menguasai ilmu tentang kewirausahaan. Adanya hal tersebut, diharapkan minat untuk berwirausaha pada mahasiswa sedikit demi sedikit akan tumbuh.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan pengaruh signifikan media sosial terhadap minat berwirausaha dengan nilai  $t_{hitung} 4,484 > t_{tabel} 2,000$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Media sosial memberikan pengaruh sebesar 25,7% terhadap minat berwirausaha dan sisanya sebesar 74,3% harus dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan: Variabel media sosial berpengaruh terhadap variabel minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 STKIP PGRI Jombang.

### **SARAN**

Berdasarkan pada hasil penelitian ini, terdapat beberapa hal yang dapat disarankan, yakni sebagai berikut: a) Mahasiswa harus lebih bijak dalam memanfaatkan akun-akun media sosial mereka. b) Peneliti menyarankan mata kuliah Kewirausahaan di Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang untuk lebih memperkenalkan konsep E-Marketing (*electronic marketing*) atau pemasaran melalui media elektronik seperti melalui fasilitas internet atau media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Drastian Enggar. 2015. *Hubungan Penggunaan Media Sosial Online Facebook Dengan Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Mataram Semarang*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Semarang: UNNES, (Online), (<http://lib.unnes.ac.id>), diakses pada 10 November 2017.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- B. Uno, Hamzah dan Lamatenggo, Nina. 2011. *Teknologi Komunikasi dan Informasi Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kurniawan, Yusri Rosyid dan Harti. 2013. *Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, (Online), ([ejournal.unesa.ac.id](http://ejournal.unesa.ac.id)), diakses pada 14 November 2017.
- Kurnianto, Bambang Sad dan Putra, Sulistya Ika. 2012. *Menumbuhkembangkan Minat Berwirausaha Bagi Para Mahasiswa di Lingkungan Perguruan Tinggi*, (Online), ([eprints.umk.ac.id](http://eprints.umk.ac.id)), diakses pada 14 November 2017.
- Salsabila, Syifa. 2016. *Penggunaan Instagram sebagai Media Sosial dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa*, (Online), ([syifasalsabylla.wordpress.com/2016/01/12/penggunaaninstagramsebagai-media-sosial-dan-komunikasi-di-kalangan-mahasiswa](http://syifasalsabylla.wordpress.com/2016/01/12/penggunaaninstagramsebagai-media-sosial-dan-komunikasi-di-kalangan-mahasiswa)), diakses pada 18 Oktober 2017.
- Syaifudin, Achmad. 2016. *Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: UNY (Online), (<http://eprints.uny.ac.id>), diakses pada 14 November 2017.

