

PENGARUH MATAKULIAH ENTREPREUR 2 DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PROGAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI SEMESTER VI DAN VIII UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI)

The Effect of Entrepreneur 2 Course and the Use of Social Media on Entrepreneurial Interests (Case Study of Economics Education study program Students in Semester VI and VIII at Bhinneka PGRI University)

Deayu Kharisma
Setyaning Putri^{1*}

Moh. Gufron²

^{*1,2} Universitas Bhinneka
PGRI, Tulungagung, Jawa
Timur, Indonesia

*email:
deayukharismasp@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh matakuliah entrepreneur 2 dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi semester VI dan VIII. Penelitian ini termasuk jenis penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 176 mahasiswa pendidikan ekonomi semester VI dan VIII dengan 50% mengambil populasi menjadi 50%. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah angket/kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji F dan uji t. Terdapat pengaruh yang signifikan matakuliah entrepreneur (X1) terhadap minat berwirausaha (Y). Hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung ($7,981$) $>$ t tabel ($1,922$) Terdapat Pengaruh yang Signifikan Penggunaan Media Sosial (X2) terhadap minat berwirausaha (Y). Hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,116 > 1,922$ dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Maka yang berarti H_a Terdapat pengaruh yang signifikan antara matakuliah entrepreneur dan penggunaan mediasosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi semester VI dan VIII Universitas Bhinneka PGRI dibuktikan dari tabel Anova di atas menunjukkan bahwa nilai Fhitung ($50,322$) $>$ Ftabel ($2,70$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$

Abstract

This study aims to determine the effect of entrepreneur 2 courses and the use of social media on the interest in entrepreneurship in students of economics education study programs in semesters VI and VIII. This research includes the type of correlation research with a quantitative approach. The population in this study were 176 economic education students in semester VI and VIII with 50% taking the population to 50%. The instrument used in this study was a questionnaire/questionnaire. The data analysis technique used is multiple regression analysis, F test and t test. There is a significant influence of the entrepreneur course (X1) on the interest in entrepreneurship (Y). This is evidenced by the obtained significant value of $0.000 < 0.05$ and the value of t count (7.981) $>$ t table (1.922). There is a significant influence of the use of social media (X2) on interest in entrepreneurship (Y). This is evidenced by the obtained tcount $>$ ttable, which is equal to $3.116 > 1.922$ and a significance value of $0.003 < 0.05$. So that means H_a . There is a significant influence between the entrepreneurship course and the use of social media on the interest in entrepreneurship in students of economic education in semesters VI and VIII of Bhinneka PGRI University as evidenced from the Anova table above showing that the value of Fcount (50.322) $>$ Ftabel (2.70) and a significant value of $0.000 < 0.05$

Kata Kunci:
Mata Kuliah Entrepreneur
Penggunaan Media Sosial
Minat Berwirausaha

Keywords:
Entrepreneur Course 2, Social
Media, Interest in
Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mempunyai jumlah populasi terbesar diantara negara-negara lainnya. Banyaknya penduduk bisa menjadi hal positif tetapi hal ini juga menyebabkan masalah bagi negara. Jika dilihat dari sisi lain banyaknya penduduk akan

menjadi banyak tenaga kerja dan akan menjadi masalah dalam perekonomian yang susah diatasi. Dengan banyaknya penduduk dan kurangnya lapangan pekerjaan menyebabkan pengangguran. Pengangguran saat ini menjadi masalah serius di Indonesia yang masih sulit diatasi, karena pertambahan penduduk yang tinggi,

tidak diimbangi dengan penambahan lapangan kerja. Jumlah pengangguran di Indonesia dari tahun ke tahun jumlahnya selalu berubah-ubah. (Sinaulan, 2019)

Pendidikan merupakan ciri dari maju atau tidaknya suatu negara. Untuk mengukur suatu Negara maju atau berkembang dapat dilihat dari pentingnya Pendidikan di Negara tersebut. Pendidikan yang berkualitas merupakan cita-cita yang dimiliki oleh setiap negara termasuk negara Indonesia (Dewi et al., 2020)

Menyadari hal tersebut perguruan tinggi pada dasarnya bertujuan mengembangkan wawasan, cara pandang, cara berfikir, realitas dan produktif perlu mempersiapkan mahasiswa didikannya dengan ilmu kewirausahaan sehingga menimbulkan minat pada diri mereka untuk merealisasikan potensi berwirausaha (Sari & Habsari, 2017).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan Agustus tahun 2022 lulusan Sarjana atau universitas sebesar 4,80%. Salah satu faktor penyebab meningkatnya pengangguran dikarenakan banyak lulusan sarjana yang belum mempunyai pekerjaan. Lapangan pekerjaan semakin sedikit dan pencari pekerjaan semakin meningkat. Dan pada saat ini banyak lulusan sarjana yang bergantung pada instansi pemerintah maupun swasta, dan juga lulusan sarjana saat ini yang ingin mengambil peluang usaha sangat minim. Mahasiswa takut untuk ke dunia usaha dan menjadi wirausahawan, mereka berharap menjadi pegawai negeri sipil (PNS) ataupun pekerja profesional di perusahaan negeri maupun swasta (Yuwono et al., 2022)

Pendidikan Kewirausahaan yang dilakukan masuk dalam kurikulum pembelajaran yang mewajibkan mahasiswa mengikuti matakuliah entrepreneur 2 ditempuh pada semester 6. Mata kuliah entrepreneur adalah satuan pembelajaran yang diterapkan dalam perguruan tinggi yang tujuannya memberikan pengetahuan tentang kewirausahaan. Pelaksanaan pelajarannya melalui teori dan praktek. Mata kuliah ini

diberikan kepada mahasiswa bertujuan agar mereka mengetahui tentang kewirausahaan dan dapat menjadi bekal ketika mahasiswa lulus dari perguruan tinggi mereka memiliki bekal untuk menjadi wirausahawan.

Diera digitalisasi saat ini mungkin apapun bisa dikaitkan dengan internet. Mulai dari bermain, belajar, membaca, mengikuti berita terbaru, bersosialisasi hingga berjualan produk pun bisa lewat internet. Jadi dapat disimpulkan bahwa hampir semua aktivitas tidak luput dari internet. (Harti, n.d.)

Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, video dengan satu sama lain. Media sosial memberikan trobosan perubahan pola pikir untuk berwirausaha. Dikarenakan peran media sosial semakin diakui dalam kinerja dunia bisnis. Semakin maraknya pengguna media sosial, semakin banyak pula bisnis yang dirilis menggunakan sosial media, seperti facebook, instagram, whatsapp, dan baru baru ini yang sedang viral menggunakan media sosial tiktok. Hal ini dapat dijadikan peluang oleh para wirausaha untuk kedepannya guna menggali potensi berwirausaha menggunakan media sosial (Alfaruk, 2017).

Media sosial memberikan kemudahan kepada individu-individu untuk dapat berinteraksi di dunia maya dan saling berbagi ide dan pemikiran tanpa dibatasi oleh wilayah dan waktu. Dilansir dari data.tempo.co (2021) yang bersumber dari JakPat bahwa Platform media sosial paling populer di Indonesia terdiri atas youtube, facebook, instagram, tiktok, twitter, pinterest, linkedin, dan snapchat. Kelebihan media sosial selain dapat diakses dimana saja dan kapan saja, beberapa media sosial juga tidak menarik biaya dalam penggunaannya atau gratis sehingga dapat diunduh oleh masyarakat hanya dengan mengandalkan kuota internet. Maraknya penggunaan media sosial oleh masyarakat mendorong para pelaku usaha memanfaatkan media tersebut sebagai media online marketing. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan traffic serta sebagai suatu

strategi pemasaran yang terstruktur untuk meningkatkan pengembangan dan pertumbuhan bisnis. (Susilawaty, 2022)

Minat berwirausaha akan timbul pada era 4.0 ini melalui kecanggihan dalam perkembangan teknologi untuk mengakses internet yang praktis sehingga penggunaan media sosial dapat menyampaikan segala kebutuhan manusia terpenuhi. Kecanggihan teknologi bisa menghasilkan barang-barang pemuas semakin menarik dan mudah ditemui, dengan mendorong wirausahawan untuk terus mencari pemuas kebutuhan tersebut. Individu saat ini masih banyak yang belum memanfaatkan sosial media secara optimal dalam kegiatan berwirausaha untuk membuka lapangan pekerjaan pada era digital saat ini. Penggunaan sosial media yang dilakukan hanya untuk melihat isu terbaru, game edukasi, serta dapat memudahkan orang lain berkomunikasi (Sahroh, 2018).

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan pada 20 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VI dan VIII di Universitas Bhinneka PGRI mengenai pengaruh minat berwirausaha diketahui bahwa 55% merasa berpengaruh dan sisanya masih ragu.

Sesuai dengan latar belakang yang sudah di uraikan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh matakuliah entrepreneur dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa progam pendidikan ekonomi semester VI dan VIII.

Tujuan dari penelitian ini yaitu : 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh matakuliah entrepreneur terhadap minat berwirausaha mahasiswa, 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa, 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh mata kuliah entrepreneur dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Manfaat dari penelitian yaitu dapat memberikan referensi serta menambah pengetahuan

yang berkaitan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa.

METODOLOGI

Penelitian ini termasuk penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dan Sampel yang digunakan yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi semester VI dan VIII Universitas Bhinneka PGRI sebanyak 176 mahasiswa. Dan sampel yang diambil 50% dari populasi yaitu sebanyak 88 mahasiswa. Sampel ini digunakan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas instrument. Teknik sampling yang digunakan yaitu sampling purposive. Analisis data pada penelitian ini menggunakan *SPSS versi 21 for windows*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan terhadap 88 responden dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut dinyatakan valid dan reliabel.

Analisi Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengelolaan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS diperoleh beberapa output yaitu, Tabel anova, Tabel Koefisien Determinasi dan Model Persamaan Regresi. Adapun hasil tabel koefisien determinasi di peroleh pada tabel I.

Tabel I. Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.542	.531	2.122

a. Predictors: (Constant), Matakuliah Entrepreneur, media Sosial

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi adalah sebesar 0,736 dan determinasi Adjusted R Square sebesar 0,531 atau 53,1%. Hal ini menunjukkan bahwa 53,1% perubahan variabel minat berwirausaha (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel mata kuliah entrepreneur (X1) dan variabel penggunaan media sosial (X2). Sedangkan sisanya sebesar 46,9% dipengaruhi faktor dari luar variabel (X1) dan (X2).

Tabel II. Hasil ANOVA

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	453.309	2	226.654	50.332	.000 ^b
Residual	382.771	85	4.503		
Total	836.080	87			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Matakuliah Entrepreneur, Media Sosial

Dari tabel Anova di atas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (50,322) > F_{tabel} (2,70) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka H_0 dan H_a diterima. Dari analisis tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara matakuliah entrepreneur dan penggunaan mediasosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi semester VI dan VIII Universitas Bhinneka PGRI

Tabel III. Uji Signifikansi Koefisien Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21,607	4.546		4.753	.000
entrepreneur	.480	.060	.620	7.981	.000
Media Sosial	.193	.062	.242	3.116	.003

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji signifikansi koefisien regresi linier berganda bahwa hasil dari koefisien dari X1 terhadap Y diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t

hitung (7,981) > t tabel (1,922) maka H_0 diterima. Sehingga berdasarkan pengujian Hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh matakuliah entrepreneur terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI. Hasil dari koefisien penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar 3,116 > 1,922 dan nilai signifikansi sebesar 0,003 < 0,05. Maka yang berarti H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel (X₂) terhadap (Y) Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VI dan VIII Universitas Bhinneka PGRI.

Pengaruh MataKuliah Entrepreneur Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VI Dan VIII Universitas Bhinneka PGRI

Hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Matakuliah Entrepreneur dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VI Dan VIII Universitas Bhinneka PGRI” dari hasil analisis data terdapat pengaruh matakuliah entrepreneur terhadap minat berwirausaha. Sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sefi Prastika Sari dengan judul “pengaruh matakuliah entrepreneurship terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi pendidikan ekonomi universitas Bhinneka PGRI angkatan tahun 2018-2019” yang mana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara matakuliah entrepreneurship terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VI Dan VIII Universitas Bhinneka PGRI

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Matakuliah Entrepreneur dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VI Dan VIII Universitas Bhinneka PGRI” dari hasil analisis data terbukti bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Pengaruh Mata Kuliah Entrepreneur dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat

Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VI Dan VIII Universitas Bhinneka PGRI

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Matakuliah Entrepreneur dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VI Dan VIII Universitas Bhinneka PGRI” dari analisis data yang diperoleh menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan matakuliah entrepreneur dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Progam Studi Pendidikan ekonomi. Sama dengan penelitian Eka Astra Susilawati, 2022 yang menunjukkan adanya pengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas bisa ditarik kesimpulan bahwa :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan matakuliah entrepreneur (X1) terhadap minat berwirausaha (Y). Hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} (7,981) > t_{tabel} (1,922)$
2. Terdapat Pengaruh yang Signifikan Penggunaan Media Sosial (X2) terhadap minat berwirausaha (Y). Hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,116 > 1,922$ dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Maka yang berarti H_a
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara matakuliah entrepreneur dan penggunaan mediasosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi semester VI dan VIII Universitas Bhinneka PGRI dibuktikan dari tabel Anova di atas menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (50,322) > F_{tabel} (2,70)$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 dan H_a diterima.

REFERENSI

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>

Dewi, V. N., Casmudi, C., & Deden, D. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Kreativitas Usaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Sma Patra Dharma Balikpapan Tahun Ajaran 2018/2019. *Jurnal Edueco*, 2(2), 36–41. <https://doi.org/10.36277/edueco.v2i2.43>

Harti, Y. R. K. dan. (n.d.). *PENGARUH TINGKAT PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA*. <http://ejournal.unesa.ac.id>

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), 208–215.

Sari, N. E., & Habsari, N. T. (2017). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Ber-Entrepreneur. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 4(2), 135. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v4i2.654>

Sinulan, R. D. (2019). Masalah Ketenagakerjaan Di Indonesia. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Budaya*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.32884/ideas.v5i1.173>

Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.31963/jba.v2i1.3432>

Yuwono, D. C., Murtini, W., & Subarno, A. (2022). Pengaruh E-Commerce dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Efensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 13(1), 1–100.