JURNAL EQUILIBRIUM
Journal homepagehttps://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/equilibrium
E-ISSN 2807-4106

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores

Yuliana Sriyati Yunut[1)*], Yustina Paulina Penu[2)], Yuliana Sedho[3)]
[1,2,3] *Universitas Flores, email: sriyatiyuliana98@gmail.com*

I N F O A R T I K E L

Riwayat Artikel:
Received 08 Des 2023
Revised 18 Des 2023
Accepted 08 Jan 2024

Keywords:
Instagram social media, Facebook social media, WhatsApp social media, interest in entrepreneurship

Kata Kunci:
Media sosial Instagram, media sosial Facebook, media sosial WhatsApp, minat berwirausaha

A B S T R A C T

This study aims to determine the effect of the use of social media Instagram, Facebook and WhatsApp on the entrepreneurial interst of students of the Faculty of Economics, University of Flores through the result of questionnaires distributed to students. The analysis technique used is multiple linear regression. To calculate the multiple linear regression equation, the data must meet the basic assumptions, namely through classical assumptions and hypothesis testing. The results of the study show that first, the Instagram social media variable has no effect on students entrepreneurship interest. This is evidenced by the results of the partial significance test (t test). The value of t count < t table (-1,367<1,661). Both faceboook social media variables have an effect on students interest in entepreneurship because the value of t count > t table (2,066>1,661). The three WhatsApp social media variables have an effect on student entrepreneurship interest because the value of t count > t table (2,161> 1,661). Fourth, the variables Instagram, Facebook and WhatsApp simultaneously affect the interest in entrepreneurship because the calculated F value is 3.565 with a significant value of 0.017 <0.1 and the F table is 2.36. Thus, the calculated F is greater than the F table (3.565 > 2.36) and the significant level is 0.017 < 0.1.

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial Instagram, Facebook dan WhatsApp terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores melalui hasil kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Untuk menghitung persamaan regresi linear berganda, data harus memenuhi asumsi dasar yaitu melalui asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa satu, variabel media sosial Instagram tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini dibuktikan dari hasil uji signifikansi secara parsial (uji t). Nilai t hitung < t tabel (-1,367 < 1,661). Kedua, variabel media sosial Facebook berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa karena nilai t hitung > t tabel (2,066 > 1,661). Ketiga, variabel media sosial WhatsApp berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa karena nilai t hitung > t tabel (2,161 >1,661). Keempat, variabel Instagram, Facebook dan WhatsApp secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha karena nilai nilai F hitung sebesar 3,565 dengan nilai signifikan 0,017 < 0,1 dan F tabel sebesar 2,36. Dengan demikian F hitung lebih besar F tabel (3,565 >2,36) dan tingkat signifikan 0,017 < 0,1.

PENDAHULUAN

Media sosial adalah fenomena baru yang mengubah lingkungan bisnis beroperasi (Fauziyah Adillah, 2019). Berdasarkan laporan terbaru we are social pada Januari 2022 disebutkan bahwa ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia dengan populasi yang berjumlah 277,7 juta jiwa. Data penggunaan media sosial di Indonesia adalah sebanyak 191,4 juta jiwa atau 68,9 persen. Akun media sosial yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia adalah YouTube yaitu sebanyak 93,8 persen, WhatsApp sebesar 88,7 persen, Instagram sebesar 84,8 persen, Facebook sebesar 81,3 persen dan Tiktok sebesar 63,1 persen. Pemanfaatan dan perkembangan teknologi informasi banyak sekali digunakan untuk mengembangkan bisnis baik dari perusahaan maupun dari individu. Media sosial yang saat ini menjadi tren anak-anak muda mengekspresikan diri menjadi peluang besar sebagai media iklan maupun promosi bisnis. Media sosial seperti Facebook, Instagram dan WhatsApp dan lain sebagainya sekarang banyak dimanfaatkan untuk media bisnis.

Perkembangan teknologi sekarang semakin canggih salah satunya ditandai dengan penggunaan smartphone dan penggunaan media sosial diberbagai kalangan masyarakat, termasuk mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende. Rata-rata mahasiswa menggunakan media sosial untuk saling berinteraksi dan saling berkolaborasi dengan pengguna lain. Pada umumnya mahasiswa fakultas ekonomi belum mengetahui pemanfaatan media sosial. Hal ini menyebabkan media sosial sering disalah gunakan. Jika dimanfaatkan lebih baik oleh mahasiswa fakultas ekonomi dapat memberikan keuntungan contohnya dengan berwirausaha dengan berwirausaha mahasiswa juga dapat menerapkan teori yang mereka dapat dibangku kuliah. Dan ketika lulus nanti dari perguruan tinggi Universitas Flores tidak hanya mengharapkan kerja kantoran tetapi dapat merintis usaha sendiri.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Pendapatan

Pendapatan atau income merupakan salah satu tujuan didirikannya suatu usaha. Dengan adanya pendapatan itu berarti suatu usaha masih berjalan dan layak untuk dipertahankan walaupun sebenarnya masih ada beberapa hal yang lain selain pendapatan yang bisa menjadi bahan pertimbangan untuk meneruskan sebuah usaha. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan yakni: Minat berwirausaha, Kesempatan kerja yang tersedia, Kecakapan dan keahlian, Motivasi, Reseller, Media Promosi, Basu Swastha (dalam Pratiwi R Fitri, 2021).

Media Sosial

Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam hal tertentu saling berkolaborasi atau bermain, Boyd (dalam Salmah, Fadliyanti, Sriningsih, 2021)

Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan

jejaringan sosial, termasuk pemilik instagram sendiri. Fitur dalam Instagram yang digunakan untuk mempromosikan produk-produk adalah adalah pengikut, mengunggah foto, kamera, effek foto, judul foto, tanda suka, dan populer, Atmoko (dalam Dewi dan Johan, 2018)

Facebook

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna menggunakannya untuk dapat bergabung dalam komunitas seperti bekerja kampus dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya (Sauyai Everlena, Nolly Londa, 2017).

WhatsApp

WhatsApp merupakan media sosial yang memiliki tampilan sederhana serta mudah digunakan yang menyebabkan WhatsApp banyak diminati oleh semua kalangan. WhatsApp dilengkapi dengan beberapa fitur yang memudahkan penggunanya melakukan komunikasi, fitur tersebut adalah sebagai berikut: Chat group, WhatsApp di Web dan Desktop, Panggilan Suara dan video, Enkripsi End-to-end, Foto dan Video, Pesan Suara, dan dokumen Dokumen (Pengestika, 2018).

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan ketertarikan dalam hati ataupun kecenderungan dalam diri seseorang membuat suatu usaha dan mengatur, mengorganisir hingga dengan berani menanggung resiko serta mengembangkan usaha yang dibangunnya sendiri. Indikator Minat Berwirausaha perasaan senang, ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan, (Pratiwi Rambe Fitri, 2021).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Selanjutnya, variabel bebas (Independen) meliputi Instagram (X1), Facebook (X2), dan WhatsApp (X3) sedangkan variabel dependen yaitu minat berwirausaha (Y). populasi penelitian ini adalah semua mahasiswa Fakultas Ekonomi UniversitasFlores. Pemilihan sampel menggunakan rumus rumus slovin yang diperoleh jumlah responden yaitu 93 mahasiswa yang tersebar 3 (tiga) program studi yaitu Ekonomi Manajemen 38 mahasiswa, Ekonomi Akuntansi 38 mahasiswa dan Ekonomi Pembangunan 17 mahasiswa.

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah Angket atau kuesioner yang berisi daftar pertanyaan atau pernyataan yang ditunjukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian Hipotesis sebagai berikut:

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut

Uji t

1. Hipotesis 1

Nilai koefisien variabel instagram sebesar -0,141 dengan nilai t hitung < t tabel (-1,367 <1,661) dan tingkat signifikan 0,175>0,1.

Dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.

2. Hipotesi 2

Diketahui nilai koefisien variabel facebook sebesar 0,301 dengan nilai t hitung > t tabel (2,066>1,661) dan tingkat signifikan 0,042<0,1. Dapat disimpulkan bahwa media sosial facebook secara parsial atau individual berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

3. Hipotesis 3

Diketahui nilai koefisien variabel WhatsApp sebesar 0,207 dengan nilai t hitung > t tabel (2,161>1,661) dan tingkat signifikan 0,033 < 0,1. Dapat disimpulkan bahwa variabel WhatsApp berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Uji F

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh nilai F hitung sebesar 3,565 dengan nilai signifikan 0,017 < 0,1 dan F tabel sebesar 2,36. Dengan demikian F hitung lebih besar F tabel (3,565 >2,36) dan tingkat signifikan 0,017 < 0,1. Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama atau secara simultan variabel Instagram, Facebook dan WhatsApp berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 0,593 (59,3%). hal tersebut memiliki arti bahwa kontribusi variabel Instagram, Facebook dan WhatsApp terhadap minat berwirausaha sebesar 59,3%. Sedangkan sisanya 40,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan uji hipotesis pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai koefisien variabel Instagram sebesar -0,141 dengan nilai t hitung < t tabel (-1,367 < 1,661) dan tingkat signifikan 0,175 > 0,1, menunjukkan bahwa media sosial instagram memiliki arah negatif dan tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

2. Nilai koefisien variabel Facebook sebesar 0,301 dengan nilai t hitung > t tabel (2,066 > 1,661) dan tingkat signifikansi 0,042 < 0,1, menunjukkan bahwa media sosial Facebook memiliki arah positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, artinya media sosial WhatsApp berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

3. Nilai koefisien variabel WhatsApp sebesar 0,207 dengan nilai t hitung > t tabel (2,161 >1,661) dan tingkat signifikan 0,033 < 0,1, menunjukkan bahwa media sosial WhatsApp memiliki arah positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, artinya media sosial WhatsApp berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

4. Nilai F hitung sebesar 3,565 dengan nilai signifikan 0,017 < 0,1 dan F tabel sebesar 2,36 serta F hitung lebih besar dari F tabel (3,565 >2,36) dan tingkat signifikan 0,017 < 0,1, yang

berarti bahwa secara bersama-sama atau secara simultan variabel Instagram, Facebook dan WhatsApp berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

5. Nilai koefisien determinasi (R2) pada R Square yaitu sebesar 0,593, yang berarti bahwa kontribusi variabel Instagram, Facebook dan WhatsApp terhadap minat berwirausaha sebesar 59,3%, sedangkan sisanya 40,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Fauziyah Adillah. (2019). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Minat Beli Pada Bisnis Online Group Biak Dagang Di Biak. Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik IISIP Yapis Biak Papua, 1(1), 45–53.

Pratiwi Rambe Fitri. (2021). Pengaruh Minat Berwirausaha Terhadap Pendapatan Jual Beli Online Bagi Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Suska Riau). Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 19.

Salmah Emi, L. F. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. E-Jurnal EP Unud, 3(2), 137–147.

Kurnia Neng Dewi, Riche Cynthia Johan, G. R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. Edulib, 8(1).

Sauyai Nyaki Everlena, Nolly Londa, E. R. K. (2017). Manfaat Jejaring Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Asal Papua Yang Kuliah Di Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado. Acta Diurna Komunikasi, VI(2), 1–13.

Pengestika, L. N. (2018). Pengaruh pemanfaatan media sosial whatsapp terhadap penyebaran informasi pembelajaran di SMA negeri 5 depok. 1–71.

Pratiwi Rambe Fitri. (2021). Pengaruh Minat Berwirausaha Terhadap Pendapatan Jual Beli Online Bagi Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Suska Riau). Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 19.