

PENGARUH LITERASI EKONOMI, SOSIAL EKONOMI DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KECENDERUNGAN BERWIRUSAHA MAHASISWA

Arky Rahayuning Kahyangan^{1)*}, Supri Wahyudi Utomo¹⁾, Liana Vivin Wihartanti¹⁾

Universitas PGRI Madiun

Email: arkykahyangan@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to measure the related factors that influence the entrepreneurial tendencies of students. The population in this study were students of FKIP UNIVERSTAS PGRI Madiun, with the sampling technique used in this study was random sampling with an error tolerance of 10% with a total of 97 students. This study used quantitative data analysis techniques, with questionnaire research instruments distributed via google form media. . Based on the results of the analysis carried out, this study shows the results: (1) Economic literacy has a significant and positive influence on student entrepreneurship tendencies, (2) Socio-economics does not have a significant influence on student entrepreneurship tendencies caused by several other external and internal factors, (3) The use of being the most influential and significant independent variable on students' entrepreneurial tendencies, (4) Simultaneously these three variables have a significant influence on students' entrepreneurial tendencies. These results can provide an overview to students regarding the factors that need to be considered to develop interest in entrepreneurship. In addition to students, research results can also be a reference for institutions related to the level of understanding of literacy that students have.

Keywords : Literacy, Economics, Social Media, Entrepreneur

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur terkait beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan berwirausaha mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FKIP UNIVERSTAS PGRI Madiun, dengan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik random sampling dengan toleransi kesalahan 10% dengan jumlah 97 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif, dengan instrumen penelitian kuesioner yang disebarluaskan melalui *mediagoogle form*. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, penelitian ini menunjukkan hasil: (1) Literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa, (2) Sosial ekonomi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa diakibatkan beberapa faktor eksternal dan internal lainnya, (3) Penggunaan menjadi variabel independen yang paling berpengaruh dan signifikan terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa, (4) Secara simultan ketiga variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa. Hasil tersebut dapat memberikan gambaran kepada mahasiswa terkait faktor-faktor yang perlu diperhatikan untuk mengembangkan minat berwirausaha. Selain bagi mahasiswa hasil penelitian juga dapat menjadi referensi bagi lembaga terkait tingkat pemahaman literasi yang dimiliki mahasiswa.

Kata Kunci : Literasi, Ekonomi, Media Sosial, Wirausaha

PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik Nasional menyampaikan terkait tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. Per tahun 2019 tingkat pengangguran di Indonesia masih mencapai 5,28% yang turun dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 5,34%. Pemerintah memberikan berbagai pelatihan, bimbingan teknis dan berbagai upaya pengembangan UMKM untuk meningkatkan lapangan pekerjaan melalui peningkatan wirausaha. Pemerintah juga memberikan berbagai diluar kegiatan tersebut seperti pemberian bantuan modal dan bantuan peralatan yang diberikan kepada pengusaha baru, (Siregar, 2019). Kementerian Riset dan Teknologi / Badan Riset dan Inovasi Nasional Republik Indonesia juga melakukan upaya peningkatan jumlah wirausaha melalui program Kompetisi Bisnis Mahasiswa Indonesia (KBMI) yang secara langsung membidik mahasiswa sebagai sasaran program tersebut. dari program tersebut memberikan peluang kepadamahasiswa yang memiliki ide kreatif dan prospek yang baik terkait usaha yang dapat meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia. Sejalan dengan tindakan tersebut Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun memiliki visi “ Pada tahun 2033 menjadi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang unggul ditingkat nasional dan menghasilkan lulusan dibidang pendidikan yang cerdas, berdaya saing, dan memiliki kemampuan berwirausaha”, namun Beberapa mahasiswa mengalami kendala sarana prasarana dan modal, selain itu beberapa dari mereka memiliki modal namun belum dapat menetapkan usaha yang dapat dijalankan. Kini masalah terkait pengusaha baru mulai terbantu dengan adanya kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial. Pemahaman terkait media sosial sebagai sarana

pengembangan usaha baru dapat mempermudah pengusaha baru dalam memulai bisnisnya. Kemampuan penggunaan media sosial juga perlu didukung dengan pemahaman terkait bisnis yang terdapat dalam literasi ekonomi , serta dukungan dari orang terdekat juga sangat diperlukan. Dari uraian diatas terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi berwirausaha mahasiswa. Disini peneliti tertarik untuk mengetahui “Pengaruh Literasi Ekonomi, Sosial Ekonomi, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kencenderungan Berwirausaha Mahasiswa”

Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi merupakan dua kata yang dihubungkan dan menghasilkan suatu pemahaman baru. Literasi ekonomi berasal dari kata literasi yang dihubungkan dengan kata ekonomi. Literasi ekonomi dapat diartikan sebagai kepemilikan pemahaman hingga kemampuan dan penguasaan penerapan terkait ilmu ekonomi yang dimiliki. Literasi ekonomi bukan sebatas pemahaman namun hingga kemampuan mengaplikasikan ilmu ekonomi kedalam kehidupan sehari-hari.

Literasi ekonomi bertujuan untuk memperbaiki dan memperoleh kesejahteraan melalui kemampuan dalam mengenali serta memakai konsep-konsep dan cara berpikir ekonomi (Sina, 2012). Pentingnya literasi ekonomi juga disampaikan Wulandari (2013) setiap individu wajib memiliki literasi ekonomi sebagai *life skill* (keterampilan hidup) yang digunakan dalam membuat keputusan ekonomi yang tepat.

Sosial Ekonomi

Menurut Soekanto (2013) status sosial ekonomi merupakan peran yang dimiliki oleh seseorang yang berhubungan erat dengan

kehidupan dalam lingkungan bermasyarakat. Damsar & Indrayani (2016) sosial ekonomi dapat dipandang dari dua sisi. Pertama bagaimana hubungan bermasyarakat dapat mempengaruhi interaksi ekonomi, dan sebaliknya bagaimana ekonomi mempengaruhi hubungan bermasyarakat melalui interaksi sosial. Dua sudut pandang itu menjelaskan bagaimana sosial dan ekonomi saling berkaitan dan berpengaruh dan mengakibatkan munculnya status sosial ekonomi. sehingga dapat disimpulkan sosial ekonomi adalah ilmu kekayaan (ekonomi) yang dikaitkan dengan ilmu kemasyarakatan (sosial), yang mengakibatkan munculnya perbandingan status sosial ekonomi.

Media Sosial

Media Sosial merupakan pengabungan sosiologi dan teknologi yang memungkinkan individu melakukan interaksi sosial melalui dunia virtual. Selain itu media sosial adalah aplikasi internet yang memungkinkan semua penggunanya saling berhubungan dengan menciptakan dan membagikan atau menerima informasi antar pengguna (Banyumurti, 2018). Hampir seluruh lapisan masyarakat mengenal dan menggunakan media sosial. Media sosial dapat mengubah seseorang yang kecil menjadi besar atau bahkan sebaliknya.

Cahyono (2016) dalam waktu yang singkat, cepat dan terbatas, media sosial dapat membagikan informasi dengan menarik siapa saja untuk berpartisipasi dalam memberikan kontribusinya terkait penyebaran informasi. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk membangun interaksi dengan pengguna media sosial lain (Banyumurti, 2018): a) Posting secara berkala paling tidak 1-2 kali; b) Untuk mendapatkan interaksi yang lebih tinggi, foto/gambar akan lebih menarik dibandingkan

hanya tulisan; c) Waktu-waktu yang tepat untuk posting adalah jam makan siang, jam 5 sore sampai jam 7 malam; dan d) Berikan pertanyaan untuk memancing komentar dari *audient*.

Wirausaha

Takdir et al. (2015) menjelaskan wirausaha ialah individu yang dapat menilai dan melihat peluang usaha, sumberdaya yang diperlukan dalam memperoleh keuntungan, dan langkah yang tepat untuk memastikan keberhasilan tersebut. sehingga secara singkat wirausaha adalah individu yang dapat menilai peluang usaha untuk mendapat keuntungan dengan berbagai upaya yang dilakukan. Peluang bisnis sebenarnya tersedia dengan cukup, namun tak semua dapat memanfaatkan dan mengelola peluang dengan cukup baik. Hanya individu yang memiliki sifat-sifat wirausaha yang dapat menyadari, memanfaatkan hingga mengembangkan peluang menjadi suatu usaha yang menghasilkan. Untuk itu Sudrajat (2012) menyampaikan beberapa sifat yang diperlukan wirausaha sebagai berikut: a) Percaya Diri; b) Berorientasi ;Pada Tugas dan Hasil; c) Berani Mengambil Resiko; d) Kepemimpinan, e) Berorientasi ke Masa Depan, f) Kreatif dan Inovatif, g) Sifat Kemandirian; h) Memiliki Tanggungjawab; i) Selalu Mencari Peluang usaha.; dan j) Memiliki kemampuan Personal.

Selain sikap-sikap diatas sebagai faktor internal, untuk dapat menumbuhkan minat wira usaha dapat didorong faktor eksternal disekitarnya. Namun dengan adanya sifat-sifat diatas dapat memperbesar kemungkinan individu tertarik untuk berwirausaha

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei sebagai metode penelitian. Penelitian ini menetapkan mahasiswa UNIVERSITAS PGRI Madiun fakultas keguruan dan ilmu pendidikan sebagai objek penelitian dengan toleransi kesalahan 10%. Peneliti menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui media sosial *google form* untuk memperoleh data penelitian. Selanjutnya hasil data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan uji T dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan penetapan kriteria sebelumnya bahwa sampel yang ditetapkan sebanyak 97 mahasiswa dengan penetapan 3 variabel independen (literasi ekonomi, sosial ekonomi, dan penggunaan media sosial) dan satu variabel dependen (kecenderungan berwirausaha mahasiswa) diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

1. Uji Data

Setelah dilakukan pengujian data melalui asumsi klasisk diketahui bahwa model regresi linier dianggap layak untuk diuji lebih lanjut. Hasil analisis menunjukkan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal serta tidak terjadi multikolineritas, autokolerasi, dan heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.

2. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Tabel 1. Hasil analisis regresi linier berganda

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,598 ^a	,357	,336	2,432	2,027

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data peneliti tahun 2020

Hasil analisis pada tabel diatas menunjukkan nilai *adjust r square* 0,336. Hasil ini berarti 33,6% pengaruh variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Angka adjust R yang digunakan dalam analisis data tersebut dikarenakan variabel independen lebih dari 2 variabel, dimana apabila variabel yang digunakan kurang dari 2 maka nilai dari *R square* yang akan digunakan.

b. Uji F

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1	Regression	305,555	3	101,852	17,213
	Residual	550,280	93	5,917	
	Total	855,835	96		

a. Dependent Variable: Kecenderungan Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Literasi Ekonomi, Sosial Ekonomi, Penggunaan Media Sosial

Sumber: Hasil olah data peneliti tahun 2020

Dari tabel diatas membuktikan bahwa nilai $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ (signifikan dari uji F adalah 0,000 atau $< 0,10$ sehingga hipotesis diterima. Kondisi tersebut menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terkait variabel literasi ekonomi, sosial ekonomi, dan penggunaan media sosial sebagai variabel bebas terhadap variabel kecenderungan berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas PGRI Madiun sebagai variabel terikat. Penjelasan tersebut

berarti hipotesis penelitian secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji T

Tabel 4. 1 Data Hasil Uji T (Parsial)

Variabel		T_{Hitung}	T_{Tabel}	Prob Sig	Keterangan
Literasi (X1)	Ekonomi	2,308	1,29034	0,023	0,1 Berpengaruh
Sosial Ekonomi (X2)		-0,645	1,29034	0,521	0,1 Berpengaruh
Penggunaan Media Sosial (X3)		5,633	1,29034	0,000	0,1 Berpengaruh

Sumber: Hasil olah data peneliti tahun 2020

Hasil analisis data diatas merupakan hasil uji T, yang merupakan hasil pengujian hipotesis secara parsial terkait pengaruh dari tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Diperoleh hasil yang menunjukkan terdapat 2 variabel independen yang berpengaruh dan satu variabel yang tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Nilai pada tabel menunjukkan $T_{Hitung} > T_{Tabel}$ terkait variabel X1 (literasi ekonomi) terhadap Y (kecenderungan berwirausaha) menunjukkan nilai Signifikan $< 0,1$. Kondisi tersebut berarti bahwa variabel X1 (Literasi Ekonomi) berpengaruh terhadap variabel Y (kecenderungan berwirausaha). Selanjutnya untuk hasil terkait variabel X2 (Sosial Ekonomi) terhadap Y (Kecenderungan Berwirausaha) menunjukkan nilai $T_{Hitung} < T_{Tabel}$ dengan

nilai signifikan $> 0,1$. Kondisi tersebut berarti bahwa variabel X2 (Sosial Ekonomi) tidak berpengaruh terhadap variabel Y (kecenderungan berwirausaha). Terakhir untuk variabel X3 (Penggunaan Media Sosial) dengan Y (Kecenderungan Berwirausaha) memperlihatkan bahwa

nilai $T_{Hitung} > T_{Tabel}$ dengan nilai Signifikan $< 0,1$. Hal tersebut ini menunjukkan bahwa variabel X3 (Penggunaan Media Sosial) berpengaruh terhadap variabel Y (kecenderungan berwirausaha).

Pembahasan

1. Pengaruh Tingkat Pemahaman Literasi terhadap Kecenderungan Berwirausaha Mahasiswa

Literasi ekonomi merupakan ilmu yang harus dimiliki oleh seorang individu. Literasi ekonomi berguna untuk membantu individu dalam mencukupi kebutuhan untuk bertahan hidup. Selain manfaat individu, literasi ekonomi juga dapat meningkatkan peluang kerja dan mengurangi jumlah pengangguran.

Literasi ekonomi berkaitan erat dengan dunia wirausaha, sehingga semakin tinggi tingkat literasi ekonomi mahasiswa akan mempengaruhi pola pikir mereka. Terbukti dari hasil angket yang disebarkan 71% mahasiswa memiliki tingkat literasi ekonomi sedang. Mahasiswa dengan tingkat literasi tinggi cenderung memiliki ketertarikan dengan dunia wirausaha yang tinggi dan sebaliknya.

Pengaruh literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha juga dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukka pengaruh yang signifikan dari kedua variabel tersebut. Semakin tinggi pengetahuan mahasiswa terkait ekonomi akan semakin tinggi kecenderungan berwirausaha mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun, begitu pula sebaliknya. Perkembangan kemampuan berwirausaha diharapkan mahasiswa dapat mencukupi kebutuhan mereka ketika tidak mendapatkan kesempatan kerja di tempat lain.

Hal ini didukung oleh pendapat Bambang Sad Kurnianto dan Sulistya Ika Putra (2012) menyimpulkan bahwa bahwa salah satu cara untuk menumbuhkan minat berwirausaha dapat dimulai sejak tingkat pendidikan perguruan tinggi. Dari pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa menumbuhkan minat berwirausaha dapat dilakukan mulai perguruan tinggi dengan pemberian edukasi terkait. Salah satu edukasi yang dapat diberikan adalah edukasi terkait ekonomi (literasi ekonomi).

Hasil penelitian selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sahroh (2018) dimana dalam hasil penelitian tersebut terbukti bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Periode 2015/2016 Universitas negeri surabaya.

Hasil penelitian dan penjabaran dari beberapa pendapat tersebut, dapat tarik suatu kesimpulan yang menyatakan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti terbukti. Terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Di Universitas PGRI Madiun. Pengaruh tersebut menunjukan pentingnya pemberian literasi ekonomi ditingkat mahasiswa.

2. Pengaruh Tingkat Sosial Ekonomi terhadap Kecenderungan Berwirausaha

Tingkat sosial ekonomi diukur dengan tiga indikator yaitu; tingkat penghasilan, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan orang tua. Orang tua dengan jenis pekerjaan sebagai wirausaha akan dapat memotivasi anak untuk memiliki usaha yang sama atau sejenis dengan orang tuanya. Namun pada hasil penelitian yang dilakukan tingkat sosial

ekonomi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa.

Hasil angket yang disebarkan menunjukkan sebagian besar orang tua mahasiswa bukan merupakan wirausaha, namun banyak dari mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha. Kondisi sosial ekonomi mahasiswa juga menunjukkan sebagian besar mahasiswa bukan berasal dari golongan menengah keatas, namun kondisi tersebut tidak menurunkan minat mahasiswa dalam berwirausaha.

Kondisi tersebut dikarenakan ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk berwirausaha baik dari internal maupun eksternal. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha salah satunya seperti keberhasilan pengusaha diluar keluarganya yang dapat memberikan motivasi dan minat mahasiswa dalam berwirausaha. Mengingat banyak wirausaha sukses yang membagikan cerita keberhasilannya dalam menjalankan usaha yang dimiliki melalui media sosial dan seminar. Hal tersebut dapat mempengaruhi kecenderungan berwirausaha mahasiswa meski tidak memiliki orang tua sebagai wirausaha. Universitas PGRI Madiun juga seringkali mengadakan seminar terkait wirausaha yang mengakibatkan adanya dorongan eksternal terhadap mahasiswa untuk berwirausaha.

Kemauan merupakan salah satu faktor internal dari diri mahasiswa yang dapat menjadi pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. meski mendapatkan dorongan dari eksternal mahasiswa tanpa kemampuan dan kemampuan yang ada pada diri mahasiswa

tingkat kecenderungan berwirausaha mahasiswa akan tetap rendah.

Hasil penelitian juga menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari tingkat sosial ekonomi orang tua terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa. Hasil tersebut selaras dengan hasil penelitian Wulandari (2013) yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak. Hasil penelitian menunjukkan berbagai macam tingkat pendidikan dan penghasilan orang tua mahasiswa namun tidak memberikan pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. banyak dari mahasiswa yang sudah memiliki minat berwirausaha. hal tersebut diketahui dari hasil jawaban angket yang disebarkan.

Dari hasil penelitian dan perbandingan dengan penelitian terdahulu, dapat tarik suatu kesimpulan yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara sosial ekonomi terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Di Universitas PGRI Madiun. Hasil signifikan 0,523 menunjukkan tidak terdapat pengaruh secara parsial dari literasi ekonomi terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa. Berarti bahwa tinggi rendahnya sosial ekonomi tidak mempengaruhi kecenderungan berwirausaha mahasiswa.

3. Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial terhadap Kecenderungan Berwirausaha Mahasiswa

Media sosial bukan lagi menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai media

promosi bisnis juga sudah dilakukan banyak pengusaha besar hingga UMKM. Indonesia kini juga sedang mendukung penjualan dan pengembangan usaha dengan memanfaatkan media sosial pada masa pandemik covid-19 ini. Pada masa dimana pembatasan individu untuk keluar guna membeli kebutuhan pokok, membuat banyak individu memilih untuk bertransaksi melalui media sosial. Sehingga penggunaan media sosial kini menjadi sangat penting untuk pengembangan suatu usaha.

Selain hal tersebut dengan adanya keberhasilan perdagangan yang memanfaatkan media sosial dapat menarik individu lain untuk ikut memanfaatkan media sosial dalam pengembangan usaha. Penggunaan media sosial sebagai media usaha tidak membutuhkan biaya yang besar, selain itu juga mudah dan praktis. Sehingga media sosial dapat juga menjadi motivasi bagi penggunanya untuk berwirausaha.

Hasil pengisian kuesioner yang disebaran tingkat penggunaan media sosial ditingkat mahasiswa sangat tinggi. Mahasiswa dengan tingkat penggunaan media sosial tinggi cenderung memiliki minat dalam dunia wirausaha. Hasil analisis data yang dilakukan menggunakan uji t juga menunjukkan hubungan yang signifikan terkait hubungan pengaruh media sosial terhadap kecenderungan berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan semakin tinggi penggunaan media sosial mahasiswa akan semakin tinggi kecenderungan berwirausaha mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun, begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan Septianti & Frastuti (2019) dimana dalam hasil penelitian

tersebut menunjukkan bahwa media sosial (berbasis internet) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan Alfaruk (2017). Melalui hasil penelitiannya menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dapat dipengaruhi dengan pemanfaatan media sosial.

Dari hasil penelitian dan penjabaran tersebut, dapat tarik suatu kesimpulan yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Di Universitas PGRI Madiun. Hasil signifikan 0,000 menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang diajukan peneliti diterima.

4. Pengaruh tingkat pemahaman literasi, sosial ekonomi, dan penggunaan media sosial terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa

Pemberian literasi ekonomi melalui matakuliah kewirausahaan telah memberikan hasil yang positif untuk memberi dorongan kepada mahasiswa menjadi wirausaha. Selain pendidikan formal pendidikan non formal terkait wirausaha dapat diperoleh melalui media sosial dan keluarga. Sehingga dengan dukungan yang baik dari ketiga faktor tersebut dapat meningkatkan kecenderungan berwirausaha mahasiswa. Terbukti dalam penelitian ini menunjukkan hasil signifikan terkait pengaruh literasi ekonomi, sosial ekonomi, dan penggunaan media sosial secara parsial terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa.

Hasil penelitian selaras dengan penelitian Sahroh (2018) dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil yang signifikan terkait pengaruh literasi ekonomi dan penggunaan media sosial secara simultan terhadap minat berwirausaha. Perbedaan dalam penelitian ini ditambahkan satu variabel independen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi literasi ekonomi, sosial ekonomi, dan penggunaan media sosial. Ketiga variabel dipilih berdasarkan pemaparan alasan pada bagian latar belakang. Hasil uji F yang dilakukan peneliti menunjukkan nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan nilai signifikan kurang dari 0,10.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 97 sampel terkait pengaruh literasi ekonomi, sosial ekonomi, dan penggunaan media sosial terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan berwirausaha; 2) Sosial ekonomi secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan berwirausaha. Hal tersebut diakibatkan dengan adanya faktor internal dan eksternal lain yang ikut mempengaruhi kecenderungan berwirausaha mahasiswa; 3) Penggunaan media sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan berwirausaha; 4) Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan berwirausaha. hasil

Dari hasil penelitian dan perbandingan dari penelitian terdahulu tersebut, dapat tarik suatu kesimpulan yang menyatakan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti diterima. hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi, sosial ekonomi dan penggunaan media sosial terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Di Universitas PGRI Madiun. Hasil signifikan 0,000 menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan dari literasi ekonomi, sosial ekonomi dan penggunaan media sosial terhadap kecenderungan berwirausaha mahasiswa.

penelitian menunjukkan ketertarikan mahasiswa terhadap dunia usaha cukup tinggi. Faktor internal dan eksternal secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap kecenderungan berwirausaha.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, dan kesimpulan tersebut maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Diharapkan mahasiswa bisa lebih bijak menggunakan media sosial, agar mendapatkan manfaat positif dari penggunaan media sosial. Salah satunya dengan meningkatnya minat berwirausaha mahasiswa.
2. Bagi Universitas terkait diharapkan dapat meningkatkan standar literasi ekonomi yang diberikan kepada mahasiswa melalui matakuliah kewirausahaan untuk menunjang keberhasilan visi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun yakni "Pada tahun 2033 menjadi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang unggul ditingkat nasional dan menghasilkan lulusan

dibidang pendidikan yang cerdas, berdaya saing, dan memiliki kemampuan berwirausaha”.

3. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas baik secara praktis maupun secara teoritis. Jika tertarik meneliti dengan tema yang sama diharapkan dapat mengamati variabel lain yang dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Selain itu penetapan nilai signifikan yang digunakan 10% lebih baik jika pada penelitian selanjutnya menggunakan nilai signifikan 1% atau 5%

DAFTAR PUSTAKA

- 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*, 164–172. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Banyumurti, I. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintahan* (1st ed.). banyumurti.net.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 140–157.
- Damsar, & Indrayani. (2016). *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (5th ed.). jakarta: Prenadamedia Group.
- Permana, N. Y & Siregar, T. (2019, Maret 21). Jumlah Wirausaha Indonesia Tembus 8 Juta Jiwa. Radio Republik Indonesia: (online) http://rri.co.id/post/berita/651422/ekonomi/jumlah_wirausaha_di_indonesia_tembus_8_juta_jiwa.html, diunduh 19 maret 2020.
- 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).
- Septianti, D., & Frastuti, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Berbasis Internet , Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Minat Berwirausaha Online Mahasiswa Universitas Tridianti Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(02), 130–138. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35908/jiegm.v10i2.871>
- Sina, P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135–143. <https://doi.org/10.21831/economia.v8i2.1223>
- Soekanto. (2013). *sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: bumi aksara.
- Sudrajad. (2012). *Kiat Mengentaskan Pengangguran dan Kemiskinan Melalui Wirausaha* (2nd ed.). jakarta: bumi aksara.
- Takdir, D., A.S, M., & Zaid, S. (2015). *Kewirausahaan* (1st ed.). yogyakarta: Wijana Mahardi Karya.
- Wulandari, R. (2013). *PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI*. 1, 80.

PENGARUH LITERASI EKONOMI, SOSIAL EKONOMI DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KECENDERUNGAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA

ORIGINALITY REPORT

19%
SIMILARITY INDEX

17%
INTERNET SOURCES

11%
PUBLICATIONS

3%
STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

1%
★ ojs.uho.ac.id
Internet Source

Exclude quotes Off
Exclude bibliography On

Exclude matches Off