

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PGSD UNIVERSITAS MATARAM

Dyah Indraswati, Universitas Mataram

dyahindraswati@unram.ac.id

Vivi Rachmatul Hidayati, Universitas Mataram

vivirachma@unram.ac.id

Nourma Pramestie Wulandari, Universitas Mataram

nourmapw@unram.ac.id

Mohammad Archi Maulya, Universitas Mataram

archimaulyda@unram.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Jenis penelitian adalah penelitian *ex-post facto* dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang dikemas dalam *google form*. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Penelitian dilakukan pada 100 orang mahasiswa semester 8 Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Mataram yang sedang menempuh skripsi. Mahasiswa semester 8 dipilih karena dianggap memiliki pola pikir yang paling siap untuk menentukan masa depannya dan terjun ke dunia kerja. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha.

Kata Kunci: Media Sosial, Lingkungan Keluarga, Minat Berwirausaha.

ABSTRACT

The purpose of the study was to find out the influence of social media use and family environment on entrepreneurial interests. This type of research is ex-post facto research with a quantitative approach. Data collection is by questionnaires packaged in google form. Data analysis uses multiple linear regression analysis. The research was conducted on 100 students of semester 8 of the Elementary School Teacher Education Study Program, Mataram University who were taking the thesis. 8th semester students are chosen because they are considered to have the mindset that is best prepared to determine their future and enter the world of work. The results showed that there is a positive and significant influence of social media use and family environment on entrepreneurial interests.

Keywords: Social Media, Family Environment, Entrepreneurial Interests.

PENDAHULUAN

Perkembangan kondisi masyarakat saat ini yang mampu mempertautkan dunia ilmu pengetahuan dan teknologi informasi membuat interaksi warga dunia baik langsung maupun tidak langsung semakin tidak terbatas (Indraswati, Marhayani, Sutisna, & Widodo, 2020). Lahirnya media sosial membuat pergeseran pada perilaku, budaya, dan norma pada masyarakat. Hampir semua kalangan dari berbagai macam latar belakang dan usia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai sarana menyampaikan dan memperoleh informasi. Media sosial dapat mentranformasi dunia nyata ke dalam “dunia maya”. Aktifitas online yang tinggi membuat penggunaannya membawa dunia maya mereka saat berkumpul bersama keluarga, saat makan, saat menjelang tidur, bahkan saat berkendara.

Berdasarkan laporan *We Are Social* yang dikutip dari detikinet, pada tahun 2020 pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta, artinya 64% penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Pengguna *smartphone* menduduki peringkat tertinggi dan sekitar 160 juta orang aktif menggunakan media sosial.



Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020
(Sumber: We Are Social)

Media sosial yang paling banyak dipergunakan oleh pengguna internet di Indonesia dari yang paling atas versi *We Are Social* adalah YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, Tumblr, Reddit, Sina Weibo. Menurut (Widodo, Husniati, Indraswati, Rahmatih, & Novitasari, 2020) mahasiswa sebagai *agent of change* merupakan kelompok yang paling rentang memiliki ketergantungan terhadap internet dibandingkan segmen masyarakat yang lain. Hal ini karena factor psikologis dari perkembangan mahasiswa serta kesiapan untuk mengakses internet dengan berbagai harapan (Kandell, 1998). Media sosial juga memungkinkan terbentuknya persahabatan online bagi

orang-orang yang introvert. Remaja introvert lebih termotivasi melakukan komunikasi secara online sebagai kompensasi kurangnya keterampilan sosial (Peter, Valkenburg, & Schouten, 2005). Tetapi, akan menjadi berbahaya apabila media sosial dijadikan focus utama sehingga menyebabkan ketergantungan dan dijadikan sebagai sarana penghindaran. Pengembangan diri tetap memerlukan hubungan dengan orang lain melalui pengalaman dan kontak langsung (Soliha, 2015). Sisi positifnya media sosial juga merupakan peluang dalam menjalankan usaha (Indoworo, 2016).

Penggunaan media sosial juga tidak terlepas dari lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga merupakan pendidikan yang pertama dan dominan bagi seorang anak (Dyah Indraswati, Arif Widodo, Aisa Nikmah Rahmatih, Mohammad Archi Maulyda, 2020). Indikator lingkungan keluarga antara lain hubungan antar anggota keluarga, latar belakang keluarga, perhatian keluarga, keadaan ekonomi keluarga, cara didikan orang tua, dan suasana rumah (Anggraeni, 2015). Lingkungan keluarga memberikan pengaruh terhadap pola pikir dan pengambilan keputusan apalagi bagi siswa atau mahasiswa yang siap terjun ke dunia kerja. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh (Marti'ah, Theodora, & Haryanto, 2018) bahwa terdapat perbedaan kesiapan karir anak siswa yang memiliki lingkungan keluarga yang mendukung dengan lingkungan keluarga yang kurang mendukung. Dimana anak lebih siap untuk terjun di dunia usaha ketika keluarga mendukung. Borchert menyatakan, latar belakang pendidikan orang tua mempengaruhi pandangan siswa akan melanjutkan pendidikan atau tidak. Borchert juga menyatakan dalam hasil temuannya bahwa siswa melihat dunia dan mengambil keputusan dipengaruhi oleh kepribadian, lingkungan keluarga, dan kesempatan. Jadi, lingkungan keluarga sangat mempengaruhi pertimbangan anak dalam pengambilan keputusan (Michael Borchert, 2002).

Terkait dengan dunia kerja, Kamar Dagang Industri melaporkan hingga Mei 2020, 6 juta pekerja dirumahkan karena perusahaan tidak memiliki *cashflow*. Hal ini diakibatkan karena pandemic Covid-19 yang menyebabkan banyak industry menjadi lesu. Bappenas bahkan memprediksi angka pengangguran bisa mencapai 12,7 juta orang di tahun 2021. Lowongan pekerjaan yang sesuai bidang keahlian tidak sebanding dengan banyaknya lulusan (Sari, Isnaini, & Lestari, 2015). Minat kewirausahaan perlu dikembangkan pada mahasiswa sebagai upaya meningkatkan ketersediaan lowongan pekerjaan. Minat berwirausaha adalah keinginan untuk menciptakan usaha dengan kemampuan dan berani mengambil resiko (Evaliana, 2015). Adanya mata kuliah pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu upaya meningkatkan keterampilan dan membangun minat berwirausaha mahasiswa.

Secara realistis, lulusan perguruan tinggi akan menghadapi tiga pilihan, yaitu menjadi pegawai (negeri atau swasta), tidak bekerja (mengurus rumah tangga), atau berwirausaha. Berdasarkan survey dengan menggunakan angket terbuka yang dilakukan terhadap 36 orang mahasiswa PGSD, sebesar 58,33% mahasiswa meniatkan masuk ke PGSD karena ingin menjadi guru dan sisanya karena factor lain seperti keinginan orang tua atau karena tidak diterima di jurusan lain. Mereka akan tetap realistis melihat peluang yang ada mengingat bagi sebagian besar mahasiswa profesi guru ini menjanjikan (mensejahterakan) bagi yang berstatus PNS dan kurang menjanjikan bagi yang berstatus honorer.

Padahal kita ketahui bahwa lowongan PNS tidak mampu menampung jumlah lulusan yang ada. Responden yang notabene mahasiswa semester 7 yang tinggal menyusun skripsi, sebesar 83,33% menyatakan siap menjadi guru sedangkan 16,67% menyatakan belum siap terjun ke lapangan secara mandiri. Ketika ditanya apa cita-cita mereka yang sesungguhnya sebesar 75% menjawab guru, 2,78% menjadi pengusaha, 2,78% menjadi diplomat, dan 19,44% ingin menjadi karyawan perusahaan baik BUMN atau swasta. Ketika dihadapkan dengan pendapat orang tua, sebesar 69,44% akan tetap memilih guru meskipun orang tua menyarankan pekerjaan lain dan 30,59% tidak bermasalah apabila tidak menjadi guru asal orang tua merestui. Berdasarkan temuan ini, peneliti berupaya mempertautkan antara kebiasaan mahasiswa dalam bermedia sosial, lingkungan keluarga, dengan minat berwirausaha dan melihat seberapa besar pengaruhnya.

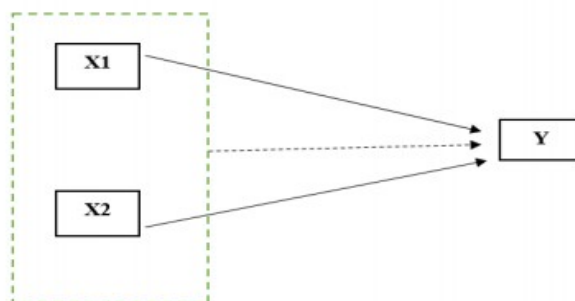
Peran media sosial diakui dapat mendongkrak usaha, hal ini dikarenakan kemudahan dalam mempromosikan usaha. Mahasiswa yang bermedia sosial sering dijadikan sasaran pangsa pasar merek-merek local, atau jualan online teman-temannya, bagi yang menyadarinya hal ini tentu bisa memberikan motivasi dan minat untuk mendapatkan keuntungan berwirausaha melalui media sosial bukan hanya sebatas menjadi konsumen semata. Lingkungan keluarga yang demokratis, apalagi yang berkecimpug di dunia usaha akan memberikan dorongan bagi anak-anaknya untuk mengembangkan kreativitas dan minat dalam berwirausaha. Penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga yang terjalin dengan baik dapat menumbuhkan minat dan kreativitas dalam berwirausaha (Utomo, 2017). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui: (1) pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD; (2) pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD; (3) pengaruh media sosial dan lingkungan keluarga secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD. Urgensi penelitian ini adalah untuk mempertautkan berbagai macam kondisi riil di masyarakat yaitu lapangan pekerjaan semakin sempit tetapi peluang bermedia sosial sudah menyentuh hampir semua lapisan masyarakat serta dukungan orang tua terhadap minat mahasiswa membangun usaha. Menurut kementerian perindustrian yang dikutip dari kemenperin.go.id, Indonesia membutuhkan minimal 4 juta wirausaha untuk mendorong struktur ekonomi kearah kemajuan (Sulistiawati, 2012). Era digital yang diwarnai dengan media sosial merupakan peluang yang bagus untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan daya saing. Apabila orientasi masyarakat khususnya mahasiswa adalah berwirausaha dan membuat lapangan pekerjaan maka tingkat pengangguran dan kemiskinan bisa dikurangi, sebaliknya apabila minat mahasiswa adalah mencari kerja maka potensi tingkat pengangguran dan kemiskinan di Indonesia akan semakin bertambah karena lapangan pekerjaan yang ada tidak mencukupi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian *ex-post facto* dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner (skala likert) yang dikemas dalam *google form* dan disebarluaskan melalui grup

WhatsApp dan *Telegram*. Kuesioner diadaptasi dari penelitian yang sudah teruji validitas dan reliabilitasnya dan beberapa item dikembangkan oleh peneliti. Variabel penggunaan media sosial dikemas menjadi 21 item pernyataan yang memuat indikator partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan saling terhubung. Variabel lingkungan keluarga memuat 21 item pernyataan yang memuat indikator hubungan antar anggota keluarga, latar belakang keluarga, perhatian keluarga, keadaan ekonomi keluarga, cara didikan orang tua, dan suasana rumah. Variabel minat berwirausaha dikemas kedalam 14 item pernyataan yang memuat indikator pekerjaan yang diinginkan, cara mengatur keuangan, ide berwirausaha, motivasi, keterampilan yang dimiliki, cita-cita setelah lulus (Anggraeni, 2015).

Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak karena semua anggota dianggap homogen. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin. Diperoleh 100 orang mahasiswa semester 8 Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Mataram yang sedang menempuh skripsi sebagai responden. Mahasiswa semester 8 dipilih karena dianggap memiliki pola pikir yang paling siap untuk menentukan masa depannya dan terjun ke dunia kerja. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan melakukan uji prasyarat analisis terlebih dahulu, setelah itu peneliti melakukan uji hipotesis kemudian mencari sumbangan relatif dan sumbangan efektifnya. Kerangka berpikir digambarkan dalam skema penelitian sebagai berikut.



Gambar 2. Skema Penelitian

Keterangan:

X1 : Penggunaan media sosial

X2 : Lingkungan keluarga

Y : Minat berwirausaha

—————> : Pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial

-----> : Pengaruh variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan

Hipotesis yang dirumuskan berdasarkan kerangka berpikir, antara lain:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu penggunaan media sosial (X1), lingkungan keluarga (X2), dan minat berwirausaha (Y). Peneliti mengolah data menggunakan SPSS 18 for Windows, hasil output spss diolah kembali menjadi tabel.

Hasil Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 1. Uji Normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Media Sosial (X1)	Lingkungan Keluarga (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
N		100	100	100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	50,14	62,08	42,43
	Std, Deviation	8,317	5,848	5,483
	Most Extreme Differences			
	Absolute	0,082	0,071	0,141
	Positive	0,082	0,071	0,141
	Negative	-0,053	-0,053	-0,081
Kolmogorov-Smirnov Z		0,817	0,713	1,413
Asymp, Sig, (2-tailed)		0,516	0,689	0,037

Hasil analisis di tabel 1. menunjukkan pada variabel penggunaan media sosial (X1) nilai Z K-S sebesar 0,817 dengan asymp sig 0,516. Nilai *asymp sig* > 0,05 sehingga data variabel penggunaan media sosial berdistribusi normal. Variabel lingkungan keluarga (X2) menunjukkan nilai Z K-S sebesar 0,713 dengan nilai asymp sig 0,689. Nilai asymp sig > 0,05 sehingga data variabel lingkungan keluarga berdistribusi normal. Variabel minat berwirausaha (Y) menunjukkan nilai Z K-S sebesar 1,413 dengan nilai asymp sig 0,037. Nilai *asymp sig* < 0,05 menunjukkan data minat berwirausaha tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil uji linieritas di tabel 2. menunjukkan bahwa nilai F untuk baris *Deviation from linearity* yang ditemukan sebesar 2,671 dengan sig 0,000. Nilai sig < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel penggunaan media sosial dan minat berwirausaha bersifat tidak linier.

Tabel 2. Uji Linearitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha * Media Sosial	Between Groups	(Combined)	2030,460	30	67,682	4,936	0,000
		Linearity	968,236	1	968,236	70,618	0,000
		Deviation from Linearity	1062,224	29	36,628	2,671	0,000
	Within Groups		946,050	69	13,711		
	Total		2976,510	99			

Hasil analisis di tabel 3. menunjukkan bahwa nilai F untuk baris *Deviation from linearity* yang ditemukan sebesar 1,788 dengan sig 0,029. Nilai sig < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel lingkungan keluarga dan minat berwirausaha bersifat tidak linier.

Tabel 3. Uji Linearitas Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha

			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig,
Minat Berwirausaha * Lingkungan Keluarga	Between Groups	(Combined)	1442,120	26	55,466	2,639	0,001
		Linearity	502,717	1	502,717	23,917	0,000
		Deviation from Linearity	939,403	25	37,576	1,788	0,029
	Within Groups		1534,390	73	21,019		
	Total		2976,510	99			

c. Uji Homoskedastisitas

Analisis regresi mensyaratkan terjadinya homoskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji homoskedastisitas dilakukan dengan uji Park yaitu dengan cara meregresi nilai absolut *error* atas seluruh variabel bebas.

Tabel 4. Uji Homosedastisitas

Model	Sum of		Mean		
	Squares	df	Square	F	Sig.
Regression	34,115	2	17,058	2,441	0,092 ^a
Residual	677,781	97	6,987		
Total	711,896	99			

Hasil analisis data tabel 4. menunjukkan nilai F sebesar 2,441 dengan signifikansi 0,092. Oleh karena nilai signifikansi > 0,05 maka disimpulkan terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, Dengan demikian persyaratan analisis regresi terpenuhi.

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat hubungan antara variabel independent. Jadi, uji ini dilakukan untuk regresi berganda.

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	15,957	4,810		3,317	0,001		
Media Sosial	0,319	0,061	0,485	5,202	0,000	0,772	1,295
Lingkungan Keluarga	0,168	0,087	0,180	1,928	0,057	0,772	1,295

Hasil pengujian pada tabel 5. menunjukkan nilai VIF variabel penggunaan media sosial (1,295) dan nilai VIF variabel lingkungan keluarga (1,295). Oleh karena nilai VIF untuk semua variabel independent < 10 maka dapat disimpulkan model regresi ini terbebas dari gangguan multikolinearitas.

Pengujian Hipotesis

a. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD, Universitas Mataram.

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram dilakukan analisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan program SPSS v. 18 for Windows. Hasil analisis uji regresi sederhana dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Analisis Uji Regresi Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,570^a	0,325	0,318	4,527

Berdasarkan tabel 6. diketahui koefisien korelasinya sebesar 0,570. R Square (koefisien determinasi) atau R^2 menunjukkan angka 0,325. Artinya variansi dalam minat berwirausaha dijelaskan oleh penggunaan media sosial melalui model sebesar 32,5%, sisanya berasal dari variabel lain. Besarnya kontribusi penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha adalah sebesar 32,5%, sisanya (67,5%) berasal dari variabel lain.

Tabel 7. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	968,236	1	968,236	47,248	0,000^a
Residual	2008,274	98	20,493		
Total	2976,510	99			

Hasil pengujian tabel 7. ditemukan nilai F hitung sebesar 47,248 dengan sig. = 0,000, Oleh karena nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 ($\rho = 0$) ditolak yang artinya penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram.

Tabel 8. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	23,577	2,780		8,481	0,000		
Media Sosial	0,376	0,055	0,570	6,874	0,000	1,000	1,000

Persamaan garis regresinya adalah: $Y' = 23,577 + 0,376 X$, Hasil pengujian koefisien garisnya menunjukkan t hitung sebesar 6,874 dengan sig. = 0,000. Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka H_0 ($\beta = 0$) ditolak yang artinya penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram. Semakin baik penggunaan media sosial semakin tinggi minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram.

Penggunaan media sosial dikatakan baik apabila mahasiswa menggunakannya untuk hal-hal yang bermanfaat seperti mendapatkan inspirasi berwirausaha, mencari produk untuk dijual kembali, mencari bisnis online, mencari koneksi bisnis, mempromosikan usaha. Penggunaan media sosial dikatakan tidak baik apabila responden lebih banyak menggunakan media sosial untuk mengomentari postingan orang lain, bermain game, chatting berjam-jam untuk pembicaraan yang kurang bermanfaat, memperbanyak followers untuk gengsi, dan sebagainya. Indikator untuk menentukan tingkat minat berwirausaha dapat dilihat dari lebih tertarik untuk memiliki usaha sendiri, tidak bergantung pada orang lain, inspirasi usaha, mengatur keuangan, keterampilan yang dimiliki, cita-cita setelah lulus, dan sebagainya.

b. Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram

Koefisien korelasinya sebesar 0,411 (tabel 9), sedangkan angka koefisien determinasinya (R^2) menunjukkan angka 0,169. Artinya variansi dalam minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh lingkungan keluarga melalui model sebesar 16,9%, sisanya berasal dari variabel lain. Kontribusi lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha adalah sebesar 16,9%, sisanya (83,1%) berasal dari variabel lain.

Tabel 9. Hasil Analisis Uji Regresi Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,411	0,169	0,160	5,024

Tabel 10. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	502,717	1	502,717	19,915	0,000
Residual	2473,793	98	25,243		
Total	2976,510	99			

Hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel 10. menunjukkan harga F hitung sebesar 19,915 dengan sig. = 0,000. Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka H0 ($\rho = 0$) ditolak yang artinya lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram.

Tabel 11. Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	18,507	5,384		3,437	0,001		
Lingkungan Keluarga	0,385	0,086	0,411	4,463	0,000	1,000	1,000

Persamaan garis regresinya adalah $Y' = 18,507 + 0,285 X$, Hasil pengujian koefisien regresi menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,463 dengan sig. = 0,000 (tabel 11). Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka Ho ($\beta = 0$) ditolak yang artinya lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram.

c. Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Secara Simultan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram

Tabel 12. Hasil Analisis Uji Regresi Ganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,592	0,350	0,337	4,465

Pada tabel 12. R = 0,592 artinya koefisien korelasinya sebesar 0,592. Angka ini menunjukkan derajat korelasi antara variabel penggunaan media sosial dan lingkungan kerja terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram. Angka koefisien determinasi atau R² menunjukkan 0,350. Artinya variansi dalam minat berwirausaha dapat dijelaskan dengan penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga sebesar 35%, sisanya (65%) berasal dari variabel lain.

Tabel 13. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1042,358	2	521,179	26,138	,000 ^a
Residual	1934,152	97	19,940		
Total	2976,510	99			

Hasil pengujian koefisien determinasi tabel 13. menunjukkan nilai F hitung sebesar 26,138 dengan sig. = 0,000. Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka Ho ($\rho = 0$) ditolak artinya penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga

secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram.

Tabel 14. Koefisien

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	15,957	4,810		3,317	0,001		
Media Sosial	0,319	0,061	0,485	5,202	0,000	0,772	1,295
Lingkungan Keluarga	0,168	0,087	0,180	1,928	0,057	0,772	1,295

Bersumber dari tabel 14 persamaan garis regresinya adalah $Y' = 15,957 + 0,319 X_1 + 0,168 X_2$, Untuk variabel penggunaan media sosial (X_1) ditemukan nilai $b_1 = 0,319$ dengan $t = 5,202$ dan $sig. = 0,000$. Oleh karena nilai $sig. < 0,05$ maka $H_0 (\beta_1 = 0)$ ditolak yang artinya variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha jika variabel lingkungan keluarga dikendalikan/dikontrol.

Variabel lingkungan keluarga (X_2) ditemukan nilai $b_1 = 0,168$ dengan $t = 1,928$ dan $sig. = 0,057$, Oleh karena nilai $sig. > 0,05$ maka $H_0 (\beta_2 = 0)$ diterima yang artinya variabel lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha jika variabel penggunaan media sosial dikendalikan/dikontrol.

d. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)

Ringkasan hasil perhitungan sumbangan relatif dan sumbangan efektif dapat dilihat seperti tabel dibawah ini:

Tabel 15. Tabel Korelasi

		Media Sosial	Lingkungan Keluarga	Minat Berwirausaha
Media Sosial	Pearson Correlation	1	0,477**	0,570**
	Sig, (2-tailed)		0,000	0,000
	Sum of Squares and Cross-products	6848,040	2298,880	2574,980
	Covariance	69,172	23,221	26,010
	N	100	100	100
Lingkungan Keluarga	Pearson Correlation	0,477**	1	0,411**
	Sig, (2-tailed)	,000		,000
	Sum of Squares and Cross-products	2298,880	3385,360	1304,560
	Covariance	23,221	34,196	13,177
	N	100	100	100
Minat Berwirausaha	Pearson Correlation	0,570**	0,411**	1
	Sig, (2-tailed)	,000	,000	
	Sum of Squares and Cross-products	2574,980	1304,560	2976,510
	Covariance	26,010	13,177	30,066
	N	100	100	100

Tabel 16. Ringkasan Hasil Dari Analisis Korelasi dan Regresi

Variabel	Koefisien Regresi (Beta)	Koefisien Korelasi (r)	R _{square}
X1	0,485	0,570	0,350
X2	0,180	0,411	

Sumbangan efektif variabel penggunaan media sosial (X1) terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram sebagai berikut:

$$SE(X1)\% = BX1 \times r_{xy} \times 100\%$$

$$SE(X1)\% = 0,485 \times 0,570 \times 100\%$$

$$SE(X1)\% = 27,65\%$$

Sumbangan efektif variabel lingkungan keluarga (X2) terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram sebagai berikut:

$$SE(X2)\% = BX2 \times r_{xy} \times 100\%$$

$$SE(X2)\% = 0,180 \times 0,411 \times 100\%$$

$$SE(X2)\% = 7,40\%$$

Sumbangan efektif total dapat dihitung sebagai berikut:

$$SE\ total = SE(X1)\% + SE(X2)\%$$

$$SE\ total = 27,65\% + 7,40\%$$

$$SE\ total = 35,05\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa sumbangan efektif (SE) variabel penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap variabel minat berwirausaha mahasiswa, Total sumbangan efektif (SE) adalah sebesar 35,05% sama dengan koefisien determinasi (R_{square}) analisis regresi.

Sumbangan relatif variabel penggunaan media sosial (X1) terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram sebagai berikut:

$$SR(X1)\% = SE(X1)\% / R^2$$

$$SR(X1)\% = 27,65\% / 35,05\%$$

$$SR(X1)\% = 78,89\%$$

Sumbangan relatif variabel lingkungan keluarga (X2) terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram sebagai berikut:

$$SR(X2)\% = SE(X2)\% / R^2$$

$$SR(X2)\% = 7,40\% / 35,05\%$$

$$SR(X2)\% = 21,11\%$$

Sumbangan relatif (SR) total adalah

$$SR\ total = SR(X1)\% + SR(X2)\%$$

$$SR\ total = 78,89\% + 21,11\%$$

$$SR\ total = 100\%$$

Sumbangan relatif variabel pengguna penggunaan media sosial (X1) terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram sebesar 78,89%, Sumbangan relatif variabel lingkungan keluarga (X2) terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram adalah 21,11%.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD, Universitas Mataram.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD,

Universitas Mataram. Mahasiswa yang menggunakan media sosial untuk mendapatkan inspirasi berwirausaha, mencari produk untuk dijual kembali, mencari koneksi untuk bisnis online, mempromosikan usaha ternyata juga memiliki ketertarikan untuk memiliki usaha sendiri, memiliki ide bisnis, dapat mengatur keuangan, dan memiliki cita-cita menjadi wirausaha. Mahasiswa yang memiliki kecenderungan menggunakan media sosial untuk game, mengomentari postingan orang lain, mengunggah foto diri, silaturahmi bukan untuk prioritas usaha ternyata tidak memiliki ketertarikan dalam berwirausaha. Mereka lebih menyukai menjadi pegawai pemerintah atau mendapatkan gaji dari orang lain.

Kenaikan pada tingkat penggunaan media sosial akan menyebabkan kenaikan pada minat mahasiswa untuk berwirausaha. Generasi muda dalam rentang 20-24 tahun dan 25-29 tahun merupakan pengguna internet yang paling dominan di Indonesia (Rahayu & Laela, 2018). Pertumbuhan pengguna internet membuat Bank Indonesia memperkirakan ada sekitar 24,7 juta orang berbelanja online. Ini merupakan peluang menumbuhkan dunia usaha secara online. Peran media sosial dapat mendongkrak dunia bisnis online. Semakin intens penggunaan media sosial membuat mahasiswa tidak hanya berpola pikir sebagai konsumen tetapi menumbuhkan minat untuk membuat usaha dan memasarkan produk dan jasa (Indoworo, 2016). Media sosial juga memfasilitasi setiap orang terhubung satu sama lain, promosi barang dengan biaya terjangkau sehingga tidak perlu banner, bahkan hanya bermodal minimalis dan tanpa perlu membayar karyawan dan menyewa toko (Alfaruk, 2016). Media sosial memiliki indikator penting yang mencakup sarana komunikasi, akses, dan pemanfaatan. Mudahnya komunikasi, efektifitas dan efisiensi media sosial yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja merupakan alternative mahasiswa yang notabene belum memiliki modal yang besar untuk mencoba berwirausaha (Harti, 2013).

Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram. Artinya, semakin baik dukungan lingkungan keluarga semakin tinggi minat berwirausaha. Orang tua yang berwirausaha dalam bidang tertentu, mendidik anaknya dan memotivasi untuk bekerja keras dan bertanggung jawab akan menimbulkan minat anaknya untuk berwirausaha. Jadi, dukungan keluarga jelas memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan anak. Keluarga adalah kelompok sosial pertama bagi anak. Dalam lingkungan keluarga anak belajar berinteraksi, simpati, bekerja sama, dan norma-norma (Wiani, Ahman, & Machmud, 2018). Karakter anak dipengaruhi oleh pola asuh orang tua (Sutisna, Indraswati, & Sobri, 2019). Dalam keluarga, orang tua memiliki aturan tetapi anak perlu diberi kesempatan untuk mandiri dan mengambil control pribadi, anak perlu dilibatkan dalam pengambilan keputusan (Dyah Indraswati, Arif Widodo, Aisa Nikmah Rahmatih, Mohammad Archi Mauliyda, 2020). Orang tua memotivasi anak-anaknya untuk bekerja keras dan bertanggung jawab atas setiap pilihan hidupnya. Orang tua yang berwirausaha dapat menimbulkan minat anaknya untuk berwirausaha

(Eka, Yanti, Nuridja, & Dunia, 2014). Minat berwirausaha didorong oleh factor hubungan dengan keluarga. Dalam pengambilan keputusan terkait pemilihan karir, anak cenderung berkonsultasi dengan anggota keluarga, dan orang tua cenderung memberikan bimbingan untuk masa depan anak (Widyastuti, 2013).

Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram. Hasil penelitian ini senada dengan hasil penelitian sebelumnya bahwa ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga secara bersama-sama terhadap minat dan kreativitas berwirausaha (Utomo, 2017). Dalam analisis regresi, terdapat sumbangan efektif yaitu besarnya kontribusi suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel penggunaan media sosial memiliki kontribusi sebesar 27,65%, lebih dominan daripada variabel lingkungan keluarga yang memiliki kontribusi sebesar 7,40%. Variansi dalam minat berwirausaha dapat dijelaskan dengan penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga sebesar 35%, sisanya (65%) berasal dari variabel lain. Sementara sumbangan relatif penggunaan media sosial memiliki kontribusi sebesar 78,89%, sedangkan lingkungan keluarga memiliki sumbangan relatif sebesar 21,11%.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, diperoleh kesimpulan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram. Apabila dilakukan analisis regresi sederhana tanpa melibatkan variabel lain, besarnya kontribusi penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha adalah sebesar 32,5%, sisanya (67,5%) berasal dari variabel lain. Fakta penelitian dapat menjadi referensi baik bagi mahasiswa maupun masyarakat bahwa potensi kebermanfaatan media sosial sangat besar terutama untuk membangun usaha.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram. Apabila dilakukan analisis regresi sederhana tanpa melibatkan variabel lain, besarnya kontribusi variabel lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram adalah sebesar sebesar 16,9%, sisanya (83,1%) berasal dari variabel lain. Fakta penelitian ini memberikan pemahaman bahwa orang tua dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan dalam diri anak, sehingga lambat laun dapat menghilangkan mindset PNS sebagai cita-cita. Lowongan PNS dan pekerjaan lain tidak akan mampu menampung seluruh lulusan yang ada. Jadi, cara meningkatkan kesempatan kerja adalah mendidik anak menjadi seorang wirausaha.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD, Universitas Mataram. Angka koefisien determinasi atau R^2

menunjukkan 0,350, Artinya variansi dalam minat berwirausaha dapat dijelaskan dengan penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga sebesar 35%, sisanya (65%) berasal dari variabel lain diluar penelitian ini. Perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang variabel lain yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

DAFTAR RUJUKAN

- Alfaruk, M. H. (2016). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 164–172. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172>
- Anggraeni, B. (2015). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha siswa kelas xi smk islam nusantara comal kabupaten pemalang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, X(1), 42–52.
- Dyah Indraswati, Arif Widodo, Aisa Nikmah Rahmatih, Mohammad Archi Maulya, M. E. (2020). Implementasi Sekolah Ramah Anak dan Keluarga di SDN 2 Hegarsari, Sdn Kaligintung, Dan Sdn 1 Sangkawana. *JKKP: Jurnal Kesejahteraan Kelurga Dan Pendidikan*, 7(April), 51–62. <https://doi.org/http://doi.org/10.21009/JKKP.071.05>
- Eka, P., Yanti, D., Nuridja, I. M., & Dunia, I. K. (2014). Pengaruh lingkungan keluarga Terhadap Berwirausaha Siswa Kelas XI Smk Negeri 1 Singaraja. *Economic Education Analysis Journal*, 4(1), 1–11.
- Evaliana, Y. (2015). Pengaruh Efikasi Diri Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 61–70.
- Harti, Y. R. K. (2013). Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(3), 1–17.
- Indoworo, H. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika Upgris*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.26877/jiu.v2i1.1067>
- Indraswati, D., Marhayani, D. A., Sutisna, D., & Widodo, A. (2020). Critical Thinking Dan Problem Solving dalam Pembelajaran Ips Untuk Menjawab Tantangan. *Sosial Horizon*, 7(1), 12–28. <https://doi.org/10.31571/sosial.v7i1.1540>

- Kandell, J. J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *Cyberpsychology and Behavior*, 1(1), 11–17. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.11>
- Marti'ah, S., Theodora, B. D., & Haryanto, H. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Pilihan Karir Siswa. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 2(3), 237–242. <https://doi.org/10.30998/sap.v2i3.2448>
- Michael Borchert. (2002). *Career Choice Factors Of High School StudentS* (The Graduate College University of Wisconsin-Stout December,). <https://doi.org/10.2991/icoie-18.2019.69>
- Peter, J., Valkenburg, P. M., & Schouten, A. P. (2005). Developing a model of adolescent friendship formation on the Internet. *Cyberpsychology and Behavior*, 8(5), 423–430. <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.423>
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Retno Juli Widyastuti, T. I. P. (2013). Pengaruh Self Efficacy Dan Dukungan Sosial Keluarga Terhadap Kemantapan Pengambilan Keputusan Karir Siswa. *Jurnal BK Unesa*, 2(1), 231–238.
- Sari, N., Isnaini, N., & Lestari, R. (2015). Kecemasan Pada Pengangguran Terdidik Lulusan Universitas. In *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi* (Vol. 13). Retrieved from <http://journals.ums.ac.id/index.php/indigenous/article/view/2322>
- Soliha, S. F. (2015). Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial. *Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.1-10>
- Sulistiawati, R. (2012). Pengaruh Investasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Penyerapan Tenaga Kerja Serta Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 29–50.
- Sutisna, D., Indraswati, D., & Sobri, M. (2019). Keteladanan Guru sebagai Sarana Penerapan Pendidikan Karakter Siswa. *Jurnal Pendidikan Dasar Indonesia*, 4(2), 29–33. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26737/jpdi.v4i2.1236>
- Utomo, P. W. (2017). Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

- Wiani, A., Ahman, E., & Machmud, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik Smk Di Kabupaten Subang. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 227. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.11843>
- Widodo, A., Husniati, H., Indraswati, D., Rahmatih, A. N., & Novitasari, S. (2020). Prestasi belajar mahasiswa PGSD pada mata kuliah pengantar pendidikan ditinjau dari segi minat baca. *Jurnal Bidang Pendidikan Dasar*, 4(1), 26–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jbpd.v4i1.3808>

