

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, MOTIVASI INTRINSIK, DAN
PENDIDIKAN EKONOMI DALAM KELUARGA TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA *ONLINE* PADA MAHASISWA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

¹Riko Bangkit Wijaya, ²Dr. Dewi Kusuma Wardani, M.Si, ³Dini Octoria, S.Pd., M.Pd.

^{1,2,3} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sebelas Maret, Surakarta

¹rikbangjaya21@student.uns.ac.id, ²dewikusuma@staff.uns.ac.id,

³dinioctoria@staff.uns.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of social media usage, intrinsic motivation, and family economic education on students' interest in online entrepreneurship. The study uses a quantitative descriptive method. The population of this research is students from the Faculty of Education and Teacher Training at Universitas Sebelas Maret Surakarta, class of 2020-2022. The sampling technique used is simple random sampling with 373 respondents. Data collection is done through a questionnaire using a Likert scale distributed via Google Form. The data analysis used is multiple regression analysis using SPSS 26 software. The research results conclude that there is a positive and significant influence of social media usage, intrinsic motivation, and family economic education together on students' interest in online entrepreneurship.

Keywords: Use of Social Media, Intrinsic Motivation, Economic Education in the Family, Interest in Online Entrepreneurship

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap minat berwirausaha *online* terhadap minat berwirausaha *online* mahasiswa. Penelitian ini menggunakan jenis metode deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta angkatan 2020-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan jumlah sampel 373 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dengan skala Likert yang disebarluaskan melalui google form. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan software SPSS 26. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pendidikan ekonomi dalam keluarga secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha *online* mahasiswa.

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Pendidikan Ekonomi dalam keluarga, Minat Berwirausaha *Online*

PENDAHULUAN

Jumlah penduduk Indonesia yang begitu besar mencapai 280,3 juta jiwa pada Desember 2023 membuatnya menjadi negara dengan jumlah penduduk terbanyak ke empat di dunia setelah China, India, dan Amerika. Angka tersebut berdampak pada meningkatnya angkatan kerja yang ada. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 menunjukkan angkatan kerja Indonesia diangka 147,71 juta dengan Tingkat Pengangguran Terbuka mencapai 5,32%. Pengangguran terjadi karena ketersediaan lapangan pekerjaan yang semakin sempit dan minat berwirausaha masyarakat yang rendah. Masyarakat Indonesia cenderung memilih untuk mencari lapangan pekerjaan dibanding menciptakan lapangan pekerjaan. Terbukti menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM hanya 3,74% penduduk Indonesia yang melakukan wirausaha.

Rendahnya kewirausahaan di Indonesia dapat dilihat dari nilai kesehatan kewirausahaannya. *The Global Entrepreneurship & Development Index* mengatakan kesehatan kewirausahaan Indonesia masih sangat rendah yang menempati urutan ke-68 dari 121 negara di dunia. Hal ini didorong karena rendahnya minat berwirausaha masyarakat Indonesia yang hanya mencapai 3,47% dari keseluruhan penduduk yang ada. P Roeslani selaku Wakil Ketua Umum Kadin Perbankan dan Finansial mengatakan tingkat kewirausahaan di Indonesia masih tertinggal dibanding negara tetangga seperti Malaysia yang mencapai 4,47% serta Singapura 8,7% dari seluruh jumlah penduduk. Perguruan tinggi yang seharusnya meluluskan tenaga kerja profesional ternyata hanya terserap sebesar 12,60% dari jumlah pekerja saat ini.

Lulusan perguruan tinggi yang diprediksi dapat menjadi *human capital* yang lebih berkualitas terutama dalam memperbaiki perekonomian kenyataannya belum dapat mengoptimalkan potensi dalam diri mereka untuk mendapatkan pekerjaan. Nurafni, dkk (2022) mengatakan bahwa 55% mahasiswa memilih menjadi seorang pekerja/pegawai sedangkan 45% memilih berwirausaha. Pemerintah sendiri sudah mencanangkan program Gerakan Nasional Ayo UMK M Jualan *Online* dengan tujuan menjadikan 8 juta UMKM untuk merambah bisnis *online*. Melalui program tersebut, Kemenkominfo serta tujuh kementerian lain melakukan beberapa tahapan untuk mahasiswa agar menumbuhkan minatnya untuk berwirausaha *online* dimulai dari *OnBoarding*, *Active Selling*, *Scale Up Business*, sampai *Go International*. Optimasi teknologi saat ini juga sangat diperlukan guna menumbuhkan jiwa berwirausaha pada diri masyarakat terutama untuk berwirausaha *online*.

Masyarakat harus melek akan kegiatan usaha yang dilakukan secara *online* karena memberikan dampak yang signifikan dalam hal efisiensi serta efektivitas pada proses operasional bisnis terutama dalam hal pemasaran yang diharapkan menjadi pendorong bagi usaha lain yang masih menggunakan cara konvensional (Kurniawan, 2018). Kemudahan yang ada pada wirausaha *online* juga dapat meningkatkan pemikiran pembeli terhadap merek produk dan loyalitas merek (Lee & Workman, 2015). Mahasiswa seharusnya menjadi kelompok masyarakat yang sangat terbantuan oleh adanya perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi karena kreativitas dan keterampilan mahasiswa dapat disalurkan dengan mudah, salah satunya melalui penggunaan media sosial.

Data.Goodstats.id menyebutkan pengguna media sosial di Indonesia sudah mencapai 191 juta jiwa hingga Januari 2022, angka tersebut terus naik menjadi 137 juta jiwa pengguna baru pada 2023. Saputra (2019) mengatakan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari keseharian mahasiswa dengan durasi penggunaan mencapai 1-6 jam sehari. Menurut Pratiwi (2020) media sosial memiliki peran dan manfaat baik dalam peningkatan penjualan secara *online*, serta perluasan target pemasaran. Jual beli dalam media sosial sangat mudah dilakukan oleh setiap orang dan tidak memerlukan biaya yang besar. Hanya dengan membuat akun dan mengunggah produk jualan kita di media sosial kita dapat melakukan kegiatan jual beli. Usaha seperti ini tentu hanya memerlukan sedikit modal dan sangat efektif untuk memperoleh keuntungan besar. Kegiatan berwirausaha *online* dengan konsep *e-commerce* memiliki banyak kemudahan yang dapat memunculkan minat mahasiswa untuk melakukan usaha secara *online*.

Munculnya minat berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya. Nurchotim (2012) menuliskan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi faktor dari dalam seperti kebiasaan, motivasi, dan emosi. Motivasi intrinsik atau motivasi dari dalam diri menjadi faktor utama bagi mahasiswa untuk meningkatkan semangat dan dorongan dalam melakukan kegiatan berwirausaha. Motivasi intrinsik dapat meliputi kebutuhan akan pendapatan, harga diri, emosi, motif, dan empati. Motivasi intrinsik berasal dari dalam individu, artinya individu melakukan suatu kegiatan tidak didorong oleh faktor lain dari luar individu melainkan berasal dari dalam diri atau *self actualization need* (Septiani dan Frastuti, 2019). Semakin tinggi motivasi intrinsik seseorang akan semakin besar tindakan untuk mencapai tujuan dalam hidupnya.

Septiani dan Frastuti (2019) menambahkan bahwa motivasi intrinsik sangat penting guna membedakan setiap individu dikarenakan setiap orang pasti memiliki *individual differences* yang menjadi ciri khas seseorang untuk membedakannya dengan orang lain. Kegiatan berwirausaha *online* memerlukan motivasi intrinsik untuk mendorong seseorang untuk berani dalam menghadapi resiko yang ada. Motivasi juga menjadi pendorong untuk seseorang berani dalam memutuskan berwirausaha. Disaat motivasi berwirausaha itu timbul, maka akan mendorong diri mahasiswa untuk mengimplementasikan berbagai ide dan inovasinya ke dalam sebuah usaha.

Motivasi dapat timbul juga dari luar diri mahasiswa. Lingkungan keluarga menjadi salah satu faktor dari luar yang sangat vital bagi mahasiswa untuk menumbuhkan minat berwirausaha. Keluarga yang menanamkan pendidikan ekonomi yang baik pada anaknya pasti akan membentuk *mindset* dan pengambilan keputusan mahasiswa dalam pekerjaan. Pendidikan ekonomi di keluarga merupakan penekanan keluarga terhadap pengenalan pembelajaran keuangan serta penanaman sikap berwirausaha (Cahyono & Setiani, 2018). Lingkungan keluarga yang memiliki latar belakang wirausahawan akan memberikan intensi yang lebih tinggi kepada anaknya untuk ikut menggeluti dunia usaha. Kusuma & Rokhmani (2019) menjelaskan bahwa dalam penerapan pendidikan ekonomi di keluarga perlu adanya pembelajaran secara nyata, seperti 1) keteladanan untuk mengkreasikan dan memberikan inovasi baru terhadap suatu usaha, 2) penanaman komitmen tinggi dan sikap kejujuran, 3) penanaman sikap disiplin serta mandiri, 4) diskusi dalam menentukan suatu keputusan yang baik dan tepat untuk memecahkan masalah dalam suatu usaha.

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Sebelas Maret membentuk mahasiswa dengan *basic skill* pengajar atau dengan kata lain mahasiswa diarahkan untuk menjadi tenaga pendidik. Akan tetapi pada era modern ini, lulusan fakultas keguruan khususnya FKIP UNS tidak hanya terpaku pada dunia pendidikan, cakupan pekerjaan yang dapat dijangkau oleh lulusan fakultas keguruan ini kian beragam. Data dari *Tracer Study* FKIP UNS pada tahun 2020 menunjukkan persentase jumlah lulusan yang menjadi wirausaha hanya sebesar 6 %, sedangkan sebagian besar lulusan memilih menjadi guru atau dosen dengan persentase sebesar 59% lebih. Pada tahun 2022 berdasarkan *Career Development Center* (CDC) menunjukkan lulusan FKIP yang menjadi wirausahawan turun menjadi 5,65% dari 1416 lulusan. Angka tersebut masih tergolong rendah dibandingkan dengan Indikator Kinerja Utama (IKU) 1 UNS yang menyebutkan bahwa lulusan yang berhasil menjadi wirausaha hanya sebesar 21% dengan total capaian IKU sebesar 80%, hal tersebut menunjukkan bahwa minat berwirausaha lulusan FKIP UNS masih rendah.

Berdasarkan perbedaan beberapa hasil penelitian terkait penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, serta pendidikan ekonomi dalam keluarga dan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan menggabungkan ketiga variabel tersebut untuk diteliti pengaruhnya terhadap minat berwirausaha *online* pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret.

LANDASAN TEORI

1. Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Teori atribusi dikaitkan dengan pandangan seseorang dalam menilai suatu peristiwa dan bagaimana hal tersebut dikaitkan dengan pemikiran dan perilaku. Teori ini pertama kali kenalkan oleh Heider pada 1958 dan kemudian dikembangkan lagi oleh Jones pada 1972, dilanjutkan Weiner pada 1984. Teori ini menggambarkan bagaimana individu melakukan suatu tindakan atau disebut atribut penyebab perilaku. Teori atribusi berfokus pada pandangan individu dalam memahami hubungan sebab akibat dari perilakunya sendiri dan orang lain. Konsep motivasi juga erat kaitannya dengan teori atribusi karena dijelaskan dalam teori ini bahwa individu melakukan segala sesuatu akan secara maksimal dan berdasarkan kemampuan yang mereka miliki (Putri & Wahyuni, 2023). Teori atribusi

memiliki aspek yang memengaruhi perilaku yang sering dikenal dengan 3 dimensi. Dimensi dalam atribusi diklasifikasikan *dalam locus of control, stability, dan controllability*.

Pemilihan teori atribusi pada penelitian ini difokuskan pada dimensi *locus of control*. Dimensi ini menunjukkan kekuatan pengaruh dari dalam (internal) dan luar (eksternal) secara bersamaan dapat berdampak pada bagaimana seseorang menentukan perilakunya (Heider, 2013). Raya, Nugraha, & Bangun, (2022) mengatakan bahwa teori atribusi dapat digunakan dalam mengkaji hubungan ciri personal dengan potensi kewirausahaan. Teori atribusi akan menganalisis bagaimana potensi seseorang dalam dunia bisnis. Menurut teori atribusi, ketika seseorang memiliki minat berwirausaha akan secara tidak sadar akan mengoptimalkan kemampuan yang dimilikinya dalam menyelesaikan pekerjaannya dan percaya atas keberhasilan yang akan diperoleh.

Dimensi *locus of control* lahir menjadi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. *Locus internal* atau faktor dari dalam tercermin dalam motivasi intrinsik, sedangkan *locus eksternal* atau faktor dari luar tercermin pada variabel penggunaan media sosial dan pendidikan ekonomi dalam keluarga. Pemilihan dimensi *locus of control* sebagai dasar pemilihan variabel dalam penelitian ini dikarenakan pada dimensi inilah menjadi faktor utama bagi seseorang menumbuhkan mintanya untuk berkecimpung dalam dunia wirausaha. Faktor tersebut dapat berasal dari dalam maupun luar individu yang mempengaruhinya untuk menentukan minatnya dalam berwirausaha.

2. Minat Berwirausaha Online

Minat adalah dorongan yang timbul pada diri individu dan terbentuk karena kesukaan terhadap sesuatu serta setiap individu memiliki selera tersendiri yang berbeda antar individu. Menurut Djamarah (2011) minat adalah timbulnya rasa senang dan tertarik terhadap sesuatu atau kegiatan tanpa dipengaruhi atau paksaan dari luar diri. Rasa suka terhadap sesuatu yang dibarengi dengan dorongan dalam diri seseorang akan memicu diri untuk melakukan atau menghasilkan sesuatu yang menjadi keinginan nya. Sementara, kewirausahaan merupakan cabang ilmu pengetahuan yang membahas terkait perkembangan dan pembangunan atas kreativitas individu yang tercermin pada keberanian dalam menghadapi resiko pada suatu pekerjaan (Fahmi, 2013). Kewirausahaan menjadi proses pengimplemantasian inovasi serta kreativitas seseorang dalam menyelesaikan suatu masalah dan mencari alternatif solusi dalam memperbaiki keberjalanan suatu usaha.

Minat berwirausaha dapat diartikan sebagai ketertarikan seseorang atas dasar rasa suka untuk mendirikan suatu usaha atas kreativitas dan inovasi yang dimiliki. Minat wirausaha juga dapat dikatakan dengan ketertarikan individu dalam menjalankan usaha secara mandiri dan berani akan pengambilan resiko kedepannya. Minat berwirausaha merupakan bentuk pemfokusan intensi seseorang karena adanya perasaan senang dan manfaat yang diperoleh dari suatu usaha (Suryaman, 2016). Ketertarikan seseorang yang menjalankan suatu usaha disebabkan adanya dorongan dari beberapa faktor. Iskandar (2012) menyebutkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yakni motivasi, pengetahuan, keyakinan diri atau efikasi. Selain itu, Hendro (2011) menyatakan ada sembilan penyebab yang mempengaruhi minat berwirausaha seseorang. Faktor tersebut adalah individual personal, suasana kerja, tingkat pendidikan, kepribadian, prestasi pendidikan, dorongan keluarga, lingkungan dan pergaulan, ingin lebih dihargai, serta keterpaksaan dan keadaan.

3. Penggunaan Media Sosial

Media sosial dapat didefinisikan sebagai perantara berbasis *online* yang menunjang interaksi sosial dan perantara berlandaskan teknologi yang mengonversikan komunikasi menjadi percakapan interaktif yang dapat diimplementasikan oleh seluruh masyarakat dengan pengguna lainnya (Liedfray, Waani, & Lasut, 2022). Pengertian lain menyebutkan bahwa media sosial menjadi media yang digunakan untuk kegiatan dua arah kedalam beberapa bentuk untuk melakukan pertukaran, kerjasama, pengenalan dalam bentuk *text, visual* dan *audiovisual* yang dimulai dengan *sharing, collaborating, & connecting* (Puntoadi,

2021). Media ini akan membuat penggunaannya lebih aktif dan terbuka dalam memberikan *feedback*, komentar, bekerja sama. berkolaborasi. berkreasi. melakukan inovasi, berkenalan, serta berbagi membagi secara cepat dan tak terbatas.

Dewasa ini, penggunaan media sosial berperan besar bagi berbagai aktivitas masyarakat di seluruh penjuru dunia. Kehidupan bermasyarakat dan pembentukan pola perilaku juga tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial. Adapun fungsi penggunaan media sosial diantaranya 1) Media sosial membuat pendemokrasian bagi seseorang untuk memperoleh pengetahuan yang diinginkannya. Individu akan bertransformasi lebih besar dari pengguna menjadi pembuat informasi itu sendiri, 2) Interaksi akan semakin mudah dilakukan karena adanya bantuan internet yang diadopsi pada penggunaan media sosial ini, 3) Komunikasi yang dilakukan semakin lebih mudah ke berbagai pengguna lainnya tanpa adanya batasan. Puntoadi (2021, hlm. 5) menambahkan bahwa media sosial memiliki fungsi lain diantaranya 1) Media sosial akan mempermudah penggunaannya dalam berinteraksi dengan sesamanya, 2) Interaksi pada media daring akan membuat seseorang lebih dekat dengan lainnya, dalam hal ini dapat diartikan produsen dan konsumen.

4. Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik merupakan motivasi yang berasal karena dorongan yang timbul dengan sendirinya dan tidak dipengaruhi oleh faktor lain dari luar diri individu. Sikap dan dorongan yang dilakukan oleh individu tersebut murni tanpa adanya dorongan-dorongan lain. Alfaruk (2016) juga menambahkan bahwa motivasi intrinsik berumbar dari dalam diri, di mana dorongan ini menciptakan konsistensi untuk mencapai tujuan yang direncanakan, baik tujuan untuk kepentingan individu maupun kelompok guna mencapai hasil yang memuaskan. Motivasi intrinsik menggugah perasaan dan pemikiran individu bahwa tujuan yang diinginkan harus tercapai dengan baik. Motivasi intrinsik tumbuh karena adanya berbagai dorongan di dalamnya seperti persepsi, minat, tanggung jawab, semangat, harapan, kepentingan, keinginan, dan kepuasan.

Motivasi memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan setiap individu. Motivasi memberikan dorongan individu untuk lebih memiliki dorongan untuk mencapai apa yang diinginkannya. Hamalik (2015) yang menjelaskan fungsi motivasi adalah sebagai pendorong individu melakukan suatu kegiatan. Motivasi berfungsi sebagai penggerak seseorang dalam menggapai keinginan yang diharapkan. Besarnya dorongan yang ada akan membuat individu semakin cepat menyelesaikan suatu pekerjaannya.

5. Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga

Keluarga menjadi tempat yang memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan anak, karena kehidupan anak pertama dan utama berada di lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga dapat mempengaruhi anak dalam perilaku ekonominya. Perkembangan tingkah laku seseorang berdasarkan sikap, nilai, dan norma yang diajarkan orang tua pada anaknya (Wahyono, 2001). Pendidikan yang diberikan kepada anak adalah dasar pengetahuan bagi anak. Pendidikan ekonomi dalam keluarga dapat menentukan perilaku individu termasuk perilaku ekonominya. Anak akan memiliki pengetahuan ekonomi secara rasional yang nantinya dapat diterapkan untuk dasar pertimbangan atas tindakan-tindakan ekonomi yang dilakukannya. Keteladanan dan sikap sehari-hari dalam keluarga serta intensitas komunikasi anak dengan orang tua adalah kunci pendidikan ekonomi dalam keluarga.

Pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga akan berpengaruh pada kebiasaan anak kedepannya, sehingga pada pengajarannya mengharuskan orang tua mengajarkan keteladanan dan atau pengalaman ekonomi dalam kesehariannya. Saat pengajaran ekonomi keluarga dilakukan dengan intens, hal tersebut akan membentuk manusia yang ekonomi (*homo economicus*) secara produktif dan ekonomis dalam berbagai aktivitasnya (Suryani, 2018). Pendidikan ekonomi dalam keluarga memiliki beberapa manfaat, diantaranya 1) Tumbuhnya anak dengan pengetahuan ekonomi yang baik, 2) Anak dapat memahami nilai-nilai positif dalam ekonomi serta mengetahui bahwa uang bukanlah

segalanya dalam berkehidupan, 3) Anak lebih sadar akan tanggung jawab atas keuangannya sendiri.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret tahun ajaran 2020 – 2022 yang terdiri atas 23 prodi yakni sebanyak 5.466 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan sampel yang diambil dari populasi menggunakan rumus slovin dengan pengambilan sampel memakai teknik *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* yang mendapatkan jumlah sebanyak 373 responden. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independen*) berupa Penggunaan Media Sosial (X1), Motivasi Intrinsik (X2), dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X3), serta variabel terikat (*dependen*) yakni Minat Berwirausaha *Online* (Y). Pengumpulan data dilaksanakan dengan penyebaran kuesioner (angket) dan skala pengukuran dilakukan dengan menggunakan kriteria penskoran menurut skala likert.

Teknik validasi instrumen penelitian menggunakan uji validitas dengan *korelasi pearson product moment* serta uji realibilitas menggunakan rumus *cronbach alpha*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif, uji prasyarat analisis, dan uji hipotesis. Uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

a. Deskripsi Data Responden

Jumlah sampel berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Rincian Data Responden

Demografi		Frekuensi	Persentase
Angkatan	2020	173	46,38%
	2021	68	18,23%
	2022	132	35,39%

Hasil tabel 1 menunjukkan angkatan 2020 memberikan responden terbanyak yakni sebesar 46,38% atau sebesar 173 mahasiswa.

b. Deskripsi Data Analisis

Hasil validitas antara variabel bebas dan variabel terikat adalah sebagai berikut

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
Penggunaan Media Sosial (X1)	373	30	48	39,29	4,084
Motivasi Intrinsik (X2)	373	25	50	37,31	4,752
Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga(X3)	373	24	44	36,17	4,181
Minat Berwirausaha <i>Online</i> (Y)	373	28	52	40,05	4,416

Berdasarkan tabel 2 terkait statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Deskripsi data statistik Variabel Penggunaan Media Sosial (X1) mempunyai nilai terkecil sebesar 30 dan nilai terbesar 48 dari total 12 pernyataan dengan skala nilai antara 1 sampai dengan 4. Berdasarkan hasil tersebut didapatkan nilai rata-rata jawaban responden sebesar 39,29 dengan nilai *standar deviasi* sebesar 4,084. Data

akan dikatakan baik apabila *standar deviasi* $4,084 < 30\%$ nilai rata-rata ($30\% \times 39,29 = 11,787$). Hasil perhitungan tersebut menunjukkan tidak ada kesenjangan yang besar pada nilai terkecil dengan nilai terbesarnya (*range*), sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi penyimpangan data pada variabel penggunaan media sosial.

- 2) Deskripsi data statistik Variabel Motivasi Intrinsik (X2) mempunyai nilai terkecil sebesar 25 dan nilai terbesar 50 dari total 14 pernyataan dengan skala nilai antara 1 sampai dengan 4. Berdasarkan hasil tersebut didapatkan nilai rata-rata jawaban responden sebesar 37,31 dengan nilai *standar deviasi* sebesar 4,752. Data akan dikatakan baik apabila *standar deviasi* $4,752 < 30\%$ nilai rata-rata ($30\% \times 37,31 = 11,193$). Hasil perhitungan menunjukkan berarti tidak ada kesenjangan yang besar pada nilai terkecil dengan nilai terbesarnya (*range*), sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi penyimpangan data pada variabel motivasi intrinsik.
- 3) Deskripsi data statistik Variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X3) mempunyai nilai terkecil sebesar 24 dan nilai terbesar 44 dari total 11 pernyataan dengan skala nilai antara 1 sampai dengan 4. Berdasarkan hasil tersebut didapatkan nilai rata-rata jawaban responden sebesar 36,17 dengan nilai *standar deviasi* sebesar 4,181. Data akan dikatakan baik apabila *standar deviasi* $4,181 < 30\%$ nilai rata-rata ($30\% \times 36,17 = 10,851$). Hasil perhitungan tersebut menunjukkan tidak ada kesenjangan yang besar pada nilai terkecil dengan nilai terbesarnya (*range*), sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi penyimpangan data pada variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga.
- 4) Deskripsi data statistik Variabel Minat Berwirausaha *Online* (Y) mempunyai nilai terkecil sebesar 28 dan nilai terbesar 52 dari total 13 pernyataan dengan skala nilai antara 1 sampai dengan 4. Berdasarkan hasil tersebut didapatkan nilai rata-rata jawaban responden sebesar 40,05 dengan nilai *standar deviasi* sebesar 4,416. Data akan dikatakan baik apabila *standar deviasi* $4,416 < 30\%$ nilai rata-rata ($30\% \times 40,05 = 12,015$). Hasil perhitungan tersebut menunjukkan tidak ada kesenjangan yang besar pada nilai terkecil dengan nilai terbesarnya (*range*), sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi penyimpangan data pada variabel minat berwirausaha *online*.

Hasil Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov*, mendapatkan hasil uji variabel penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, pendidikan ekonomi dalam keluarga dan minat berwirausaha *online* menghasilkan *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200. Hal tersebut menunjukkan perolehan signifikansi dari *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat dikatakan data tersebut mempunyai distribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas ini menggunakan *Test of Linearity* dengan membandingkan tingkat signifikansi 5% dengan *Linearity Sig*. Hasil uji linearitas penggunaan media sosial (X1), motivasi intrinsik (X2), dan pendidikan ekonomi dalam keluarga (X3) dengan minat berwirausaha *online* (Y) ketiganya mempunyai nilai *sig. linearity* sebesar $(0,000) < \text{taraf signifikan } (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan linear antara variabel penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, pendidikan ekonomi dalam keluarga dan minat berwirausaha *online*

c. Uji Multikolinieritas

Penelitian dikatakan baik apabila tidak terjadi multikolinearitas jika hasil uji multikolinearitas nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Nilai variabel Penggunaan Media Sosial (X1) memiliki *tolerance* $0,428 > 0,10$ dengan VIF $2,335 < 10$. Variabel motivasi intrinsik (X2) memiliki nilai *tolerance* $0,268 > 0,10$ dengan nilai VIF $3,734 < 10$,

menetara variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga (X3) memiliki nilai *tolerance* $0,360 > 0,10$ dengan nilai VIF $2,781 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan model regresi penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan model *Spearman Rho* dengan nilai signifikansi > 0.05 . Pada variabel penggunaan media sosial nilai *unstandardized residual sig.* sebesar $0,303 > 0,05$, $0,314 > 0,05$ pada variabel motivasi intrinsik (X2), dan $0,580 > 0,05$ pada variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga (X3). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Berganda

Uji analisis regresi berganda bertujuan untuk menentukan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	6.722	1.472		4.565	.000
Penggunaan Media Sosial (X1)	.428	.054	.396	7.973	.000
Motivasi Intrinsik (X2)	.285	.058	.306	4.883	.000
Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X3)	.163	.057	.155	2.857	.005

Berdasarkan hasil uji tabel 3 tersebut diperoleh bentuk persamaan regresi berganda $Y = 6,722 + 0,428X_1 + 0,285X_2 + 0,163X_3$. Nilai konstanta sebesar 6,722 memiliki arti jika nilai variabel bebas sebesar 0, maka nilai minat berwirausaha *online* adalah sebesar 6,722.

- 1) Penggunaan Media Sosial memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,428, artinya apabila penggunaan media sosial mengalami kenaikan sebesar 1 dan variabel lain bernilai konstan, maka penggunaan media sosial bernilai positif serta berpengaruh dalam meningkatkan minat berwirausaha *online* sebesar 0,428.
- 2) Motivasi Intrinsik memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,285, artinya apabila motivasi intrinsik mengalami kenaikan sebesar 1 dan variabel lain bernilai konstan, maka motivasi intrinsik bernilai positif serta berpengaruh dalam meningkatkan minat berwirausaha *online* sebesar 0,285.
- 3) Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,163, artinya apabila pendidikan ekonomi dalam keluarga mengalami kenaikan sebesar 1 dan variabel lain bernilai konstan, maka pendidikan ekonomi dalam keluarga bernilai positif serta berpengaruh dalam meningkatkan minat berwirausaha *online* sebesar 0,163.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis hubungan parsial antara variabel dependen dengan variabel independen, hubungan kedua variabel tersebut terjadi apabila memenuhi syarat nilai t hitung $>$ nilai t tabel.

Tabel 4. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
Penggunaan Media Sosial (X1)	7,973	0,000
Motivasi Intrinsik (X2)	4,883	0,000
Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X3)	2,857	0,005

Berdasarkan tabel 4 dapat disimpulkan :

- 1) Penggunaan Media Sosial mempunyai t hitung (7,973) > t tabel (1, 649) dengan nilai Sig. (0,000) < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha *online*.
- 2) Motivasi Intrinsik mempunyai t hitung (4,883) > t tabel (1, 649) dengan nilai Sig. (0,000) < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima yang berarti motivasi intrinsik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha *online*.
- 3) Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga mempunyai t hitung (2,857) > t tabel (1, 649) dengan nilai Sig. (0,005) < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima yang berarti pendidikan ekonomi dalam keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha *online*.

c. Uji F

Penggunaan Uji F dilakukan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen dengan dependen terjadi secara bersamaan atau tidak.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4432.554	3	1477.518	193.309	.000 ^b
Residual	2820.374	369	7.643		
Total	7252.928	372			

Berdasarkan tabel 5 nilai F hitung (193.309) > F tabel (3,02) dan nilai sig. (0,000) < 0,05. Dengan demikian dapat diambil simpulan bahwa H0 ditolak dan H4 diterima sehingga variabel penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pendidikan ekonomi dalam keluarga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha *online*.

d. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh signifikasi secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 ^a	.611	.608	2.765

Besaran *R Square* berdasarkan tabel 6 sebesar 0.611 atau 61,1%. Artinya 61,1% minat berwirausaha *online* oleh faktor penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan

pendidikan ekonomi dalam keluarga kemudian sisanya 38,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Pembahasan

1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Online Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta

Media sosial dapat diartikan sebagai sebuah media *online* yang mendukung akan terjadinya interaksi sosial para penggunanya dengan dengan memberi *feedback*, komentar, kerjasama, berkolaborasi, berkreasi, inovasi, pengenalan, dan pembagian informasi dalam bentuk *text*, *visual* dan *audiovisual*. Puntoadi (2021) mengatakan bahwa media sosial memiliki banyak manfaat dalam membangun personal branding seseorang, berinteraksi lebih dekat dengan pengguna lain, serta mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Penelitian ini menggunakan fokus pada sarana komunikasi, akses, dan pemanfaatan yang tersedia di penggunaan media sosial.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan regresi yakni, $Y = 6,722 + 0,428X_1 + 0,285X_2 + 0,163X_3$ dengan koefisien regresi variabel penggunaan media sosial bernilai 0,428. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh dalam meningkatkan minat berwirausaha *online* Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta sebesar 0,428. Nilai tersebut juga dapat diartikan bahwa ketika penggunaan media sosial meningkat sebesar satu, maka minat berwirausaha *online* mahasiswa meningkat sebesar 0,428. Penelitian ini juga menunjukkan hasil *t* hitung ($7,973$) > *t* tabel ($1,649$) dengan nilai Sig. ($0,000$) < $0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha *online*. Artinya semakin baik pemanfaatan dalam penggunaan media sosial akan berdampak terhadap peningkatan minat berwirausaha *online* mahasiswa.

Diterimanya hipotesis 1 sejalan dengan landasan teori seperti yang disampaikan oleh Septiani dan Frastuti (2019) yang mengatakan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha *online*. Pratiwi (2020) menambahkan bahwa media sosial memiliki peran dan manfaat baik dalam dunia bisnis karena dapat meningkatkan penjualan secara *online* serta perluasan target pemasaran. Diterimanya hipotesis 1 juga memperkuat temuan beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kumara (2020) yang mengatakan semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial mahasiswa akan berpengaruh pada meningkatnya minat berwirausaha.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha *online* pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta menunjukkan bahwa model kerangka berfikir yang dicerminkan melalui hubungan antara penggunaan media sosial sebagai variabel bebas dengan minat berwirausaha *online* sebagai variabel terikat telah teruji kebenarannya secara empirik.

2. Pengaruh Motivasi Intrinsik Terhadap Minat Berwirausaha Online Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta

Motivasi intrinsik adalah dorongan yang berasal dari dalam diri individu yang tidak dipengaruhi oleh faktor dari luar serta tumbuh alami atas dasar keinginan untuk mencapai sesuatu. Sardiman (2018) menambahkan bahwa motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu rangsangan dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Chasanah, Toharudin, dan Setiyoko (2019) menjelaskan bahwa motivasi intrinsik dipengaruhi dengan adanya persepsi, minat, tanggung jawab, semangat, harapan, kebutuhan, keinginan, dan kepuasan terhadap sesuatu. Kegiatan berwirausaha *online* memerlukan motivasi intrinsik untuk mendorong seseorang untuk berani dalam menghadapi resiko

dan memutuskan untuk berwirausaha. Penelitian ini berfokus pada motivasi mahasiswa dalam memperoleh laba, kebebasan, impian, dan kemandirian.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan regresi yakni, $Y = 6,722 + 0,428X_1 + 0,285X_2 + 0,163X_3$ dengan koefisien regresi variabel motivasi intrinsik bernilai 0,285. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh motivasi dalam meningkatkan minat berwirausaha *online* Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta sebesar 0,285. Nilai tersebut juga dapat diartikan bahwa ketika motivasi intrinsik meningkat sebesar satu, maka minat berwirausaha *online* mahasiswa meningkat sebesar 0,285. Penelitian ini juga menunjukkan hasil *t* hitung (4,883) > *t* tabel (1, 649) dengan nilai Sig. (0,000) < 0,05. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga motivasi intrinsik memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha *online*. Artinya semakin tinggi motivasi yang dimiliki mahasiswa untuk menjalankan suatu usaha akan berdampak terhadap peningkatan minat berwirausaha *online* mahasiswa.

Diterimanya hipotesis 2 sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Saiman (2014) yang mengatakan bahwa motivasi intrinsik berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Septiani dan Frastuti (2019) menjelaskan bahwa adanya motivasi intrinsik akan mendorong mahasiswa dalam mengimplementasikan berbagai ide dan inovasinya ke dalam sebuah usaha. Diterimanya hipotesis 2 memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prasetyo (2020) yang mengatakan semangat mahasiswa untuk menjadi mandiri mendorongnya untuk menjadi wirausaha.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh motivasi intrinsik terhadap minat berwirausaha *online* pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta menunjukkan bahwa model kerangka berfikir yang dicerminkan melalui hubungan antara motivasi intrinsik sebagai variabel bebas dengan minat berwirausaha *online* sebagai variabel terikat telah teruji kebenarannya secara empirik.

3. Pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Online Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta

Lingkungan keluarga dapat mempengaruhi anak dalam perilaku ekonominya. Keteladanan dan sikap sehari-hari dalam keluarga serta intensitas komunikasi anak dengan orang tua adalah kunci pendidikan ekonomi dalam keluarga. Pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga lebih bersifat pembiasaan, maka prosesnya lebih banyak menuntut keteladanan dan pengalaman nyata dalam kehidupan sehari-hari (Wahyono, 2001). Suryani (2018) menambahkan bahwa pemberian pendidikan ekonomi dalam keluarga akan memberikan bekal pengetahuan ekonomi pada anak, mengajarkan anak pada tanggung jawab atas pengelolaan keuangan, dan membuat anak dapat menentukan kebutuhan dan finansialnya sendiri. Penelitian ini berfokus pada keteladanan, penjelasan verbal, tuntutan perilaku yang relevan, serta diskusi yang diikuti anak pada lingkungan keluarganya.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan regresi yakni, $Y = 6,722 + 0,428X_1 + 0,285X_2 + 0,163X_3$ dengan koefisien regresi variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga bernilai 0,163. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh lingkungan keluarga dalam mendidik anak terhadap minat berwirausaha *online* pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta sebesar 0,163. Nilai tersebut juga dapat diartikan bahwa ketika pendidikan ekonomi dalam keluarga meningkat sebesar satu, maka minat berwirausaha *online* mahasiswa meningkat sebesar 0,163. Penelitian ini juga menunjukkan hasil *t* hitung (2,857) > *t* tabel (1, 649) dengan nilai Sig. (0,005) < 0,05. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima sehingga pendidikan ekonomi dalam keluarga memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha *online*. Artinya semakin baik pengajaran

ekonomi yang diberikan keluarga akan berdampak terhadap peningkatan minat berwirausaha *online* mahasiswa.

Diterimanya hipotesis 3 ini sejalan dengan pendapat Narmaditya & Wibowo (2021) yang mengatakan pendidikan ekonomi dalam keluarga berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwirausaha. Cahyono & Setiani (2018) menambahkan bahwa pendidikan ekonomi di keluarga merupakan tempat pertama pembelajaran keuangan serta penanaman sikap berwirausaha yang diterima oleh anak. Diterimanya hipotesis 3 memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kusuma & Rokhmani (2019) yang menjelaskan bahwa pendidikan ekonomi dalam keluarga perlu dilakukan agar inovasi, penanaman sikap, pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan baik oleh anak terutama dalam menjalankan suatu usaha.

Pendidikan ekonomi dalam keluarga dapat diberikan tidak hanya pada keluarga yang memiliki latar belakang bisnis, tetapi dapat didapatkan pada keluarga yang tidak memiliki usaha. Keluarga yang memiliki usaha sebelumnya pastinya dapat memberikan contoh langsung pada operasional dunia usaha. Akan tetapi, keluarga yang bukan pengusaha dapat memberikan pendidikan ekonomi yang baik dengan memberikan perhatian lebih kepada mahasiswa akan konsep ekonomi yang diterapkan pada keluarga. Keluarga dapat memberikan keteladanan, kesempatan untuk bertukar ide dengan orang tua, mendapatkan dukungan ataupun arahan dalam bertindak, serta melibatkan mahasiswa dalam segala kondisi ekonomi di rumah juga dapat meningkatkan minat dalam berwirausaha *online*. Sehingga perbedaan latar belakang keluarga tidak menjadi penentu besar kecilnya pemberian pendidikan ekonomi dalam keluarga yang diterima mahasiswa.

4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri, dan Teman Sebaya terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta

Penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pendidikan ekonomi dalam keluarga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha *online* pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Hal ini berlandaskan pada hasil persamaan regresi pada penelitian yakni $Y = 6,722 + 0,428X_1 + 0,285X_2 + 0,163X_3$ yang menunjukkan bahwa ketiga variabel berkoefisien positif sehingga dapat diartikan dengan setiap kenaikan sejumlah satu dan variabel lain bernilai konstan maka minat berwirausaha *online* pada mahasiswa juga meningkat. Semakin tepat penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pendidikan ekonomi dalam keluarga yang dimiliki mahasiswa maka minat berwirausahanya akan semakin tinggi.

Implikasinya minat berwirausaha *online* mahasiswa tidak muncul begitu saja tetapi ditentukan oleh beberapa faktor, tiga faktor pendorong diantaranya adalah penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pendidikan ekonomi dalam keluarga. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial memiliki pengaruh tertinggi terhadap minat berwirausaha *online* dengan nilai koefisien sebesar 0,428. Nilai F hitung dalam penelitian ini sebesar $(193.309) > F \text{ tabel } (3,02)$ dengan nilai sig. $(0,000) < 0,05$. Dengan demikian, dapat diambil simpulan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima yang berarti variabel penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pendidikan ekonomi dalam keluarga secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha *online*.

Besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pendidikan ekonomi dalam keluarga dapat dilihat pada hasil R^2 yakni sebesar 61,1%. Artinya 61,1% minat berwirausaha *online* pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta dipengaruhi oleh faktor penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pendidikan ekonomi dalam keluarga kemudian sisanya 38,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Menurut Yusuf & Efendi (2019) faktor lain yang mempengaruhi minat

berwirausaha mahasiswa meliputi ekspektasi pendapatan, pendidikan kewirausahaan, dan motivasi intrinsik. Pendapat ini sejalan dengan Fadlyh, Rusdati, dan Wahyudin (2022) bahwa pengetahuan berwirausaha, kemandirian, dan ekspektasi pendapatan menjadi faktor tumbuhnya minat berwirausaha pada mahasiswa.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha *online* pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Hal ini mengartikan bahwa semakin tepat dan semakin baik pemanfaatan penggunaan media sosial maka dapat meningkatkan minat berwirausaha *online* mahasiswa.
2. Motivasi intrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha *online* pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi motivasi yang dimiliki mahasiswa untuk menjalankan suatu usaha maka dapat meningkatkan minat berwirausaha *online* mahasiswa.
3. Pendidikan ekonomi dalam keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha *online* pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Hal ini mengartikan bahwa semakin baik pengajaran ekonomi yang diberikan keluarga maka dapat meningkatkan minat berwirausaha *online* mahasiswa.
4. Penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pendidikan ekonomi dalam keluarga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha *online* pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Besarnya pengaruh variabel penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap variabel minat berwirausaha *online* mahasiswa sebesar 61,1%.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti menyarankan beberapa hal diantaranya:

1. Program Studi Pendidikan Ekonomi dan FKIP UNS diharapkan dapat memberikan pelatihan kewirausahaan secara digital sebagai bentuk pemanfaatan media sosial. Selain itu, program studi pendidikan ekonomi dan FKIP UNS dapat memberikan sosialisasi kewirausahaan demi menumbuhkan motivasi pada diri mahasiswa. Pemberian pengetahuan kewirausahaan masa kini dalam bentuk digitalisasi juga dapat dilakukan sebagai tindak lanjut adanya mata kuliah kewirausahaan guna mengimplementasikan pendidikan ekonomi yang diberikan oleh keluarga.
2. Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan media sosial secara baik dengan menggunakannya sebagai sarana komunikasi dengan pengguna lain yang memiliki pengalaman berwirausaha. Mahasiswa diharapkan dapat mengikuti webinar kewirausahaan, pelatihan, atau magang dunia usaha dengan tujuan dapat menumbuhkan motivasi dalam dirinya agar lebih mengetahui dunia usaha dengan tujuan akhir dapat menjalankan suatu usaha kedepannya.
3. Peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih mendalam terkait minat berwirausaha *online* dengan menggunakan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Cahyono, T. A., & Setiani, P. P. (2016). Pengaruh self efficacy dan pendidikan ekonomi di keluarga terhadap minat berwirausaha melalui internalisasi nilai kewirausahaan pada mahasiswa fakultas pendidikan ilmu sosial dan homaniora ikip budi utomo malang. *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, Dan Sosial Budaya*, 22(1), 38-43
- Chasanah, L., Toharudin, M., & Setiyoko, D. T. (2019). Pengaruh motivasi kerja dan kinerja guru terhadap pengelolaan kelas di sdn siwungkuk 01 wanasari brebes. *Jurnal Ilmiah Kontekstual*, 1(01), 33-38.
- Djamarah. (2011). *Psikologi Belajar*. Rineka Cipta. Jakarta
- Fadlyh, A., Rusdarti, R., & Wahyudin, A. (2022). *The Effect of Knowledge of Entrepreneurship, Family Environment, Independence on Interest in Entrepreneurship with the Income Expectations as Moderating Variables*. *Journal of Economic Education*, 11(1), 148-158.
- Fahmi, I. (2013). *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta
- Hamalik, O. 2015. *Proses Belajar Mengajar*. Bandung. Rosdakarya.
- Heider, F. (2013). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Psychology Press
- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Iskandar. (2012). Efektivitas pendidikan kewirausahaan dalam mengembangkan intensi kewirausahaan mahasiswa: studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi intensi kewirausahaan mahasiswa berdasarkan pendekatan "entrepreneurial-based models" pada mahasiswa perguruan tinggi di wilayah cirebon". Disertasi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Kumara, B. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dengan menggunakan media sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 52-56
- Kurniawan, I. S. (2018). Analisis pengaruh penggunaan instagram, pengalaman praktik kewirausahaan, dan hasil belajar kewirausahaan terhadap minat berwirausaha online. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 15(2), 135-146.
- Lee, S.-H., & J. E. Workman. 2015. *Determinants of Brand Loyalty: Self-Construal, Self-Expressive Brands, and Brand Attachment*. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 8(1), 12-20.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran media sosial dalam mempererat interaksi antar keluarga di desa esandom kecamatan tombatu timur kabupaten minahasa tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).1-13
- Narmaditya, B. S., & Wibowo, A. (2021). *Family economic education, peer groups and students' entrepreneurial intention: the mediating role of economic literacy*. *Heliyon*, 7(4). 1-9
- Nurafni. A. L., Akib, H., Niswaty, R., Guntur, M., & Darwis, M. (2022). Minat mahasiswa berwirausaha online. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis : JADBISFISH*. 1(1). 7-14.
- Nurchotim, L. H. (2012). Minat Berwirausaha Program Studi S1 Pendidikan Teknik Elektro Jurusan Teknik Elektri Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Serasi*, 18(1), 35-46.
- Pratiwi, A. A. M. (2020). Peran media sosial dalam meningkatkan penjualan online saat pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73-81.
- Puntoadi, D. (2021). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Putri, N. L. P. A. I., & Wahyuni, M. A. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Sosial Media, Love Of Money dan Self Efficacy terhadap Minat

- Mahasiswa Berwirausaha: (Studi pada Mahasiswa Aktif Prodi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana). *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 12(01), 92-102
- Raya, B. J., Nugraha, A. C. W., & Bangun, M. F. A. (2022). Peran Potensi Berwirausaha dengan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan*. 4(3). 4242 – 4250
- Rokhmani, L & Kusuma M.A. (2019). Internalisasi pendidikan ekonomi keluarga dalam menanamkan jiwa wirausaha anak (studi kasus keluarga peternak ayam di desa ponggok). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 118-124.
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, Dan Kasus-Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra, A. (2019). Survei penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa kota padang menggunakan teori uses and gratifications. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 207-216.
- Sardiman, A.M. (2018). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Depok: Rajagrafindo.
- Septianti, D., & Frastuti, M. (2019). Pengaruh penggunaan media berbasis internet, motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik terhadap minat berwirausaha online mahasiswa universitas tridinanti palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 130-138.
- Suryaman, M. (2016). *Minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan teknik elektro fakultas teknik universitas negeri semarang*, Skripsi: Fakultas Teknik – Universitas Negeri Semarang
- Suryani, I. (2018). Pentingnya pendidikan informal tentang ekonomi pada keluarga transmigran. *Jurnal Teori dan Praksis Pembelajaran IPS*, 2(2), 94-100.
- Wahyono, H. (2001). *Pengaruh perilaku ekonomi kepala keluarga terhadap intensitas pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga*. Malang: PPS UM.
- Yusuf, E., & Efendi, R. (2019). *Student Entrepreneurial Interests that are influenced by Income Expectations, Entrepreneurship Education, and Self Efficacy. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(6), 572-580.

OIKOS
Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi
dan Ilmu Ekonomi