

## PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN TINGKAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Aida Fatimatus Sahroh

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email : [aidasahroh@mhs.unesa.ac.id](mailto:aidasahroh@mhs.unesa.ac.id)

### Abstrak

Ketimpangan antara lapangan pekerjaan dengan pencari kerja sangat berbanding terbalik, dimana lapangan pekerjaan lebih sedikit dari pada angka pengangguran. Maka untuk mengatasinya diperlukan sumber tenaga kerja yang berkualitas. Hal tersebut dapat diperoleh dari pemahaman literasi ekonomi dan pemahaman praktik terkait berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial yang modern saat ini. Tujuan penelitian untuk menganalisa seberapa besar pengaruh literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling* sebanyak 270 responden dengan taraf kesalahan 5%. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Literasi ekonomi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi, (2) Tingkat penggunaan media sosial secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, (3) Literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

**Kata Kunci** : literasi ekonomi, tingkat penggunaan media sosial, minat berwirausaha.

### Abstract

*Inequality between employment and job seekers is highly reversed, where employment is less than unemployment. So to overcome it, we need a source of quality labor. This can be obtained from understanding economic literacy and understanding practices related to entrepreneurship by utilizing modern social media today. The purpose of the study was to analyze how much influence economic literacy and the level of use of social media on entrepreneurial interest in economics faculty students at Surabaya State University. This type of research used associative research with a quantitative approach, sampling techniques using random sampling as many as 270 respondents with a level of error of 5%. This research uses path analysis method. The results in this study indicate that (1) Partial economic literacy has a positive and significant influence on entrepreneurial interest in Faculty of Economics students, (2) Partial use of social media has a positive and significant influence on student entrepreneurship interests, (3) Economic literacy and the level of simultaneous use of social media has a significant influence on student entrepreneurship interests.*

**Keywords** : economic literacy, level of use of social media, interest in entrepreneurship.

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Menghadapi persaingan mencari pekerjaan terjadi ketimpangan antara lapangan pekerjaan dengan pencari kerja terbatas sehingga akan menimbulkan permasalahan dalam pengangguran. Untuk dapat mengatasi masalah pengangguran maka solusinya yaitu melalui kegiatan berwirausaha. Dimana Fadati dan Purwana (2011) menyatakan bahwa dewasa ini seorang wirausaha dapat disebut sebagai pahlawan ekonomi, karena dengan adanya seorang wirausaha dapat mengikis kemiskinan dan pengangguran yang menjadi permasalahan ini. Dengan melihat peluang bisnis, seorang wirausaha mampu memanfaatkan sumber daya yang dianggap tidak bernilai menjadi suatu yang bernilai ekonomis. Seorang wirausaha memiliki keberanian untuk mengambil risiko.

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya sebagai lembaga penyedia lulusan sarjana juga telah membekali mahasiswa dengan pendidikan kewirausahaan

melalui proses pembelajaran mata kuliah kewirausahaan dan praktik kewirausahaan. Di samping membekali praktik kewirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi juga telah di bekal mata kuliah ilmu ekonomi untuk mengetahui tingkat literasi ekonomi sehingga dapat diterapkan pada berwirausaha. Kedua mata kuliah tersebut di harapkan mampu menumbuhkan minat kewirausahaan mahasiswa.

Perkembangan teknologi sudah canggih dan modern akan tetapi belum dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan berwirausaha mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara peneliti hanya 30% mahasiswa yang memanfaatkan media sosial sebagai mempromosikan barang dan jasa dalam wirausaha, selain itu hasil wawancara peneliti kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi 2015 bahwa mereka menggunakan media sosial hanya untuk melihat informasi terbaru, bermain games, belajar, dan untuk memudahkan berkomunikasi dengan orang lain. Sejalan dengan hasil penelitian Kurniawan dan Harti (2013)

bahwa dari fasilitas kampus dan pembekalan dari pendidikan formal yaitu mata kuliah kewirausahaan dapat diterapkan dengan berwirausaha dengan menggunakan *wifi* kampus seseorang dapat mempromosikan barang dan jasa melalui media sosial. Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian Budiwati (2014) yang menyatakan bahwa pengetahuan yang terkait dengan permasalahan ekonomi serta mempunyai cara yang baik memanfaatkan uang, bisnis dan masalah ekonomi lainnya.

Dari hasil wawancara tentang literasi ekonomi sudah tergolong cukup dibuktikan dari beberapa konsep ekonomi yang telah dikuasai. Melalui hasil wawancara mengenai materi ekonomi yang telah didapatkan, mereka menyebutkan materi yang dikuasai terkait pendapatan yang terdapat pada indikator literasi ekonomi yaitu mampu membuat keputusan yang bijak sebagai konsumen, produsen maupun penabung dengan menguraikan bagaimana cara agar bisa mendapatkan laba untuk pribadi dan orang lain melalui pengembangan keterampilan khusus serta dapat membuat keputusan. Dapat disimpulkan bahwa dengan teknologi yang cukup maju mahasiswa dapat memanfaatkan sosial media untuk literasi ekonomi dan dapat memudahkan untuk berwirausaha yang telah menerima ilmu praktik dan ilmu literasi ekonomi.

Untuk itu mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan peluang ini dengan menggunakan media sosial yang dimiliki serta dari pembelajaran yang telah diperoleh saat perkuliahan tersebut dapat dijadikan sebagai pedoman maeri dengan memanfaatkan internet mahasiswa memiliki inisiatif untuk lebih minat berwirausaha. Dukungan dari pihak Fakultas juga di perlukan untuk membentuk mahasiswa *entrepreneurship* melalui mata kuliah ekonomi dan kewirausahaan, dimana membentuk jiwa kewirausahaan telah menjadi misi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Penelitian ini bertujuan : (1) Untuk menganalisa seberapa besar pengaruh literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi; (2) Untuk menganalisa seberapa besar pengaruh tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi; (3) Untuk menganalisa seberapa besar pengaruh literasi ekonomi dan tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi.

Samuelson (2010) mendefinisikan ilmu ekonomi sebagai suatu studi terkait bagaimana manusia atau masyarakat menentukan pilihannya menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara agar dapat menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa, Serta mengalokasikannya untuk kebutuhan konsumsi saat ini dan dimasa

mendatang. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu permasalahan ekonomi disebabkan oleh sumber daya yang terbatas sehingga untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam rumah tangga masyarakat harus melakukan pilihan-pilihan yang tepat dan sesuai dengan memahami literasi ekonomi.

Indikator literasi ekonomi pada penelitian ini menggunakan sumber dari NCEE yaitu : 1) Mengidentifikasi tentang membuat pilihan; 2) Membuat keputusan yang cerdas sebagai konsumen, produsen, dan penabung; 3) memberikan penilaian manfaat dan biaya terhadap mengalokasikan barang dan jasa; 4) Mengidentifikasi insentif yang mempengaruhi perilaku masyarakat dan menjelaskan bagaimana insentif mempengaruhi perilaku mereka sendiri; 5) menawarkan tukuran dan mengerti laba untuk diri mereka sendiri dan dengan lainnya; 6) menerangkan cara mereka bisa mendapatkan laba diri sendiri dan orang lain dengan menumbuhkan keterampilan; 7) Mengidentifikasi pasar sebagai pembeli dan penjual; 8) Meramal perubahan faktor selera konsumen atau teknologi produsen mempengaruhi harga; 9) Menrangkan cara perubahan tingkat persaingan dipasar yang berbeda; 10) Menggambarkan peran dari berbagai lembaga ekonomi dan menjelaskan pentingnya hak milik dalam ekonomi pasar; 11) Menerangkan cara hidup orang akan lebih susah didunia tanpa uang, sebaliknya di dunia dimana uang mampu menghilangkan nilainya; 12) Menjelaskan kondisi membayar atau menerima bunga; 13) Memperkirakan pendapatan masa depan; 14) Mengetahui risiko dan potensi kembali ke kewirausahaan, serta keterampilan yang di perlukan untuk terlibat didalamnya; 15) Memperkirakan akibat dari keputusan investasi yang dibuat oleh individu, perusahaan, dan pemerintah; 16) Mengetahui dan mengevaluasi manfaat dan biaya dari alternatif kebijakan publik; 17) Menentukan berapa kebijakan publik dari segi manfaat yang dihasilkan, dan menilai siapa yang menanggung biaya; 18) Menafsirkan laporan media tentang kondisi ekonomi; 19) Membuat keputusan dengan mengantisipasi akibat inflasi dan pengangguran; 20) Mengantisipasi dampak dari kebijakan pemerintah.

Untuk dapat lebih mudah bagaimana cara mengatur dan mengelolah keuangan diperlukan materi ekonomi yang diawali dengan literasi. Memahami dan belajar literasi ekonomi penting dalam membuat keputusan keajahteraan yang tepat dan bagaimana cara mengatur stabilitas ekonomi. Untuk meningkatkan kesejahteraan dalam literasi ekonomi dan sesuai dengan pembahasan maka peneliti menggunakan indikator ekonomi yang dikembangkan oleh NCEE karena literasi ekonomi didalam indikator tersebut dapat mencakup terkait kewirausahaan sesuai dengan pembahasan dapat

mengelola peran berwirausaha serta mampu mengalokasikan pendapatan.

Cross (2013) media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Pesatnya perkembangan media sosial ini dikarenakan teknologi yang modern dan canggih, dengan teknologi yang modern media sosial selalu berkaitan dengan internet. Dengan demikian media sosial lebih memudahkan masyarakat untuk lebih kreatif.

Menurut Kartajaya (2008) menjelaskan bahwa media sosial merupakan perpaduan antara sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (*one to many*) menjadi dialog (*many to many*) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembaca konten menjadi penerbit. Media Sosial telah menjadi sangat populer karena memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk terhubung didunia online dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis. Dimana Sosial media juga merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan biasanya di lakukan secara online.

Menurut Tjiptono (2008) dalam komunikasi internet terdapat beberapa fasilitas, diantaranya fasilitas internet tersebut terdapat tujuh aplikasi standar internet yaitu: *E-mail; Word Wide Web; News Group; File Transfer Protocol; Telnet; Gopher; Chat*. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) ada tujuh jenis media sosial, namun inovasi dan perubahan terus terjadi. Sosial media yang ada saat ini yaitu : 1) Jejaring sosial seperti *facebook, myspace* dan *twitter*, 2) *Blog*, 3) *Wikis* seperti *Wikipedia* dan *ensiklopedia online website*, 4) *Podcasts*, 5) Forum, 6) Komunitas konten seperti *flickr* dan 7) *Microblogging*.

Indikator tingkat penggunaan media sosial menggunakan tiga indikator menurut Kurniawan dan Harti (2013) yaitu: (1) Sarana komunikasi, dari hasil penelitian membuktikan bahwa seseorang lebih mudah berkomunikasi melalui akun media sosial serta lebih mudah bersosialisasi dengan banyak teman di media sosial; (2) Akses, menjelaskan bahwa mengakses media sosial tidak memerlukan biaya yang banyak dan dapat memanfaatkan *wifi* secara gratis; (3) Pemanfaatan, menjelaskan bahwa banyak seseorang memanfaatkan media sosial untuk sarana *entertainment* serta mengetahui berita terkini.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa penggunaan media sosial bahwa media sosial yang dimiliki seseorang dapat bermanfaat lebih dari sekedar berkomunikasi untuk membagikan informasi saja. Sehingga dengan adanya media sosial sekarang yang

telah di unggah seseorang dapat memanfaatkan dan memiliki peran penting dengan cara berwirausaha melalui jejaring sosial seperti *facebook, twitter*, dan *Linkedln* dapat dengan mudah mempromosikan barang dan jasa melalui sosial media sehingga dapat dengan mudah memulai bisnis atau sebuah usaha baru. Media sosial memiliki peranan penting dalam kewirausahaan, dengan memiliki sosial media dapat membantu menemukan konsumen baru dan dapat memperluas pasar sehingga dimanapun kita berada baik dalam negeri atau luar negeri, dengan hanya memanfaatkan sosial media penjual dengan calon konsumen akan tetap bertemu melalui transaksi *chatting* pada jejaring sosial.

Riyanti (2013) mengungkapkan bahwa minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang hendak dilakukan bila seseorang bebas memilih, sedangkan Menurut Sumarwan (2003) pengukuran minat terdapat pekerjaan yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan struktur pembentukan minat berperilaku yaitu: (1) komponen kognitif; (2) komponen afektif ;(3) Komponen konatif. Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas tanpa adanya paksaan dan merasa senang untuk mempelajarinya, rasa ketertarikan tersebut bukan karena paksaan tapi kesadaran yang tinggi sebab keinginan yang kuat untuk mencapai tujuannya.

Wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang yang ada Shapero (dalam Alma, 2013). Hal tersebut berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Schumpeter ( dalam Alma, 2013) yang menjelaskan bahwa Wirausaha merupakan orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Orang tersebut melakukan kegiatannya melalui organisasi bisnis yang ataupun bisa pula dilakukan dalam organisasi bisnis yang sudah ada. Suryawan (2006) mengemukakan bahwa sebuah minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta ketersediaan untuk bekerja keras atau berkemauan untuk mampu berdiri atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialaminya. Menurut Djaali (2008), faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha ada empat yaitu : (1) kemauan; (2) ketertarikan; (3) Lingkungan keluarga; (4) Lingkungan pendidikan.

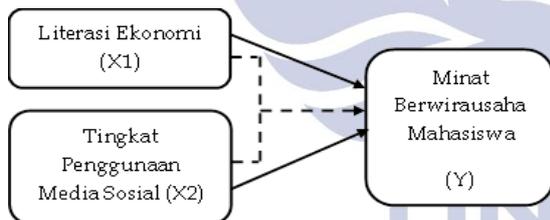
Dari berbagai pendapat yang telah dijelaskan diatas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa minat berwirausaha seseorang dapat dilihat dari usaha

seseorang untuk berani mencoba melakukan praktik kewirausahaan dan seberapa banyak sebuah usaha yang direncanakan seseorang untuk pengelolaan dalam keuangan dan waktu. Akan tetapi kenyataannya minat berwirausaha individu tidak selalu terbentuk sejak lahir akan tetapi dapat ditumbuhkan melalui pendidikan dan pelatihan, sesuai dengan penjelasan faktor diatas melalui lingkungan pendidikan minat berwirausaha dapat di tumbuhkan melalui *soft skills* dan keterampilan serta pemahaman literasi ekonomi dengan memanfaatkan media sosial yang ada.

Berdasarkan fenomena dan kajian teori diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut ; 1) Diduga ada pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonom, 2) Diduga ada pengaruh signifikan antara tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, 3) Diduga ada pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi dan tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan rancangan penelitian asosiatif kausal. Populasi berjumlah 827. Sampel yang digunakan sebanyak 270 dengan menggunakan teknik *simple random sampling* dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%. Berikut gambar rancangan penelitian:



Sumber: Sugiyono (2015)

Gambar 1. Rancangan Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah angket tertutup, Ada dua macam angket dan satu tes yang digunakan oleh peneliti. Tes digunakan untuk mengetahui literasi ekonomi yang bersumber dari NCEE, untuk menentukan hasil tes peneliti menggunakan data rasio dengan jawaban benar bernilai 1 dan jawaban salah bernilai 0, sedangkan untuk angket digunakan untuk mengetahui tingkat penggunaan media sosial dan minatberwirausaha mahasiswa dengan menggunakan pengukuran skala likert dengan pilihan jawaban skala lima. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tes, angket, wawancara, dan observasi.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur atau (*analysis path*). Sebelum masuk pada teknik analisis ini peneliti melakukan transformasi data dengan tujuan mengubah data ordinal menjadi data interval. Uji asumsi kalsik muncul pada analisis jalur yang meliputi : 1) uji normalitas, 2) uji linieritas, 3) multikolinieritas dan 4) heteroskedastisitas. Dimana *analysis path* digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel penelitian. Adapaun persamaanya sebagai berikut :

$$Y = \rho_{yx1}X_1 + \rho_{yx2}X_2 + \rho_{yx3}X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

$\rho_{yx}$  = koefisien jalur

X = variabel bebas

$\epsilon$  = variabel lain

Uji t berfungsi untuk mengetahui signifikansi koefisien regresi maupun korelasi parsial antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat.

Uji f berfungsi untuk mengetahui tingkat pengaruh antara variabel bebas yaitu pengaruh literasi dan tingkat penggunaan media sosial terhadap variabel terikat secara simultan.

Koefisiensi determinasi berganda berfungsi untuk menjelaskan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Pada tahap awal peneliti melakukan observasi kepada mahasiswa untuk mengetahui proses awal terkait dengan pemahaman literasi ekonomi. Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebar angket kepada sampel, angket yang disebarakan terdiri dari tiga instrument yaitu Literasi Ekonomi, tingkat penggunaan media sosial dan minat berwirausaha Mahasiswa. Instrument untuk literasi ekonomi berupa tes yang terdiri dari 20 soal, intrument tingkat penggunaan media sosial dan minat berwirausaha mahasiswa terdiri masing – masing 10 pertanyaan. Skala yang digunakan untuk angket tingkat penggunaan media sosial dan minat berwirausaha mahasiswa adalah skala Likert yang terdiri dari 5 alternatif pilihan sedangkan untuk tes literasi ekonomi menggunakan skor.

Berdasarkan tes penelitian yang telah disebarakan, kesimpulan pemahaman literasi ekonomi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya tergolong sangat tinggi dimana indikator yang paling dipahami yaitu terdapat pada pelaku ekonomi; pendapatan nasional; masalah pokok ekonomi; pasar dan harga; serta peranan pemerintah yang berasal dari

banyaknya mahasiswa menjawab benar. pada 5 indikator yang dikuasai oleh Mahasiswa dapat dikatakan saling berkaitan, dimana literasi ekonomi mahasiswa dapat menumbuhkan peran wirausaha agar dapat mengalokasikan pendapatan setiap individu dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan, ketika masalah pokok ekonomi muncul seperti penawaran tinggi dan permintaan menurun mahasiswa sudah mampu menganalisis keuntungan *cost* dan *benefit* dari setiap transaksi serta mahasiswa mampu dalam menjelaskan peran pemerintah sebagai sistem perekonomian.

Berdasarkan angket penelitian yang telah disebar dapat disimpulkan bahwa kondisi tingkat penggunaan media sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya mereka rata – rata banyak menjawab sangat setuju pada tiap pernyataan, artinya mahasiswa lebih mudah mengakses berkomunikasi dan mencari informasi melalui media sosial pada smartphone. Maka dari itu dengan adanya smartphone dan penggunaan media sosial dapat dijadikan mahasiswa sebagai bahan pemasaran dan proses penunjang berwirausaha.

Transformasi data Data yang digunakan untuk melakukan penelitian merupakan data berupa tes dan kuisisioner. Hasil tes tidak perlu dilakukan transformasi data karena merupakan data rasio, akan tetapi hasil dari kuisisioner variabel tingkat penggunaan media sosial media dan variabel minat berwirausaha merupakan data berbentuk ordinal, sehingga untuk melakukan proses penelitian dalam model ini dibutuhkan data berupa interval. Oleh karena itu, data yang didapat dari hasil kuisisioner perlu dilakukan perubahan menjadi data interval dengan menaikkan skala menjadi interval.

Hasil uji normalitas menunjukkan angka 0,201. Dengan demikian  $H_0$  tidak dapat ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa nilai data sampel terstandarisasi dinyatakan menyebar secara normal.

Hasil uji linieritas diatas menunjukkan bahwa nilai pada variabel minat berwirausaha terhadap literasi ekonomi sebesar  $0,518 > 0,05$  ; sedangkan untuk variabel minat berwirausaha terhadap tingkat penggunaan media sosial sebesar  $0,107 > 0,05$ . Artinya dua variabel mempunyai hubungan yang linier.

Hasil uji Multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai VIF sebesar 1,009 ( berada di sekitar angka 1 ), dan untuk nilai tolerance sebesar 0,991 ( mendekati 1 ), maka data uji multikolinieritas dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa gambar titik tampak menyebar dan tidak terjadi pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Hasil Uji Hipotesis**

Tabel 1. Hasil Analisis Data

Variabel	korelasi	T hitung	Beta	Sig.
Literasi ekonomi	.190	2.620	.151	.000
TPMS	.190	5.720	.329	.000
<b>Minat Berwirausaha</b>				
R Square	.350			
R <sup>2</sup>	.122		F hitung	18.602
N	270		Sig.	.000

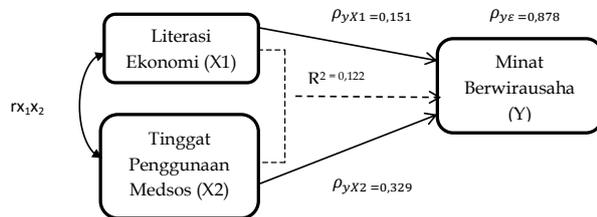
Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2018

Berdasarkan Nilai t menunjukkan bahwa Literasi Ekonomi memiliki t hitung sebesar 2,620 dengan t tabel sebesar 1,960 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 2,620 antara literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha. Dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sina (2012) yang menegaskan bahwa literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas tentang memenuhi kebutuhan hidup. Memiliki literasi ekonomi yang tinggi sejak di bangku pendidikan diharapkan dapat menjadi langkah awal yang baik dalam menentukan minat berwirausaha di masa depan, dijelaskan oleh Japelli (2010) yang menegaskan bahwa literasi ekonomi penting dalam mengambil keputusan untuk bagaimana cara menginvestasikan kekayaan dan berapa banyak untuk melakukan peminjaman dipasar keuangan.

Sedangkan untuk tingkat penggunaan media sosial nilai t hitung sebesar 5,720 dengan t tabel sebesar 1,960 artinya  $H_2$  diterima secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 5,572 antara tingkat penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan keunggulan yang dimiliki media sosial seperti pernyataan pada angket mudahnya berkomunikasi, ditunjang dengan efisiensi dimana mayoritas responden lebih banyak menjawab sangat setuju bahwa media dapat diakses dimanapun serta lebih meringankan biaya, sehingga media sosial dapat menjadi alternatif tepat bagi mahasiswa yang sebagian besar belum mempunyai penghasilan sendiri dan mencoba belajar untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Kurniawan dan Harti (2013) yang hasilnya bahwa terdapat pengaruh tingkat penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, dengan tingkat pengaruh yang termasuk dalam kategori rendah.

Berdasarkan nilai  $F$  hitung sebesar 18.602 sehingga dapat dinyatakan bahwa  $H_3$  diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial secara simultan mempengaruhi minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Berdasarkan hasil analisis jalur dapat digambarkan diagram jalur sebagai berikut :



Sumber : diolah peneliti, 2018

Berdasarkan hasil analisis jalur diatas dapat disimpulkan bahwa : (1) Pengaruh variabel literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha mahasiswa sebesar 0,151 atau 15,1%; (2) Pengaruh tingkat penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa sebesar 0,329 atau 32,9%; (3) Pengaruh variabel literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa sebesar 0,122 atau 12,2%

## Pembahasan

### Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi periode 2015/2016 Universitas Negeri Surabaya

Berdasarkan hasil analisis data untuk variabel literasi ekonomi diketahui bahwa tingkat literasi ekonomi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya termasuk dalam kategori sangat tinggi dan rata-rata pada pemahaman materi dari tiap indikator literasi ekonomi juga termasuk dalam kategori sangat tinggi. Adapun indikator-indikator yang berhubungan dengan minat berwirausaha didominasi oleh indikator nomor 2 dan 4 dikarenakan mahasiswa banyak yang menjawab benar pada indikator peran wirausaha dan kemampuan dalam mengelola pendapatan pribadi, sedangkan indikator yang belum dikuasai responden adalah masalah pokok ekonomi dalam menganalisis permintaan terlihat sedikitnya jumlah penjawab benar pada indikator 1 dan 9, masing masing jumlah penjawab benar hanya 149 dan 177 responden dari 270 responden yang tersedia. Dari analisis jalur pengaruh langsung  $X_1$  terhadap  $Y$  sebesar 2,869% artinya tingkat literasi ekonomi dapat berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan pembahasan di atas dan hasil analisis data uji hipotesis yang dilakukan peneliti dari tes yang disebar kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi 2015/2016 Universitas Negeri Surabaya, diketahui bahwa literasi

ekonomi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Memiliki literasi ekonomi yang tinggi sejak di bangku pendidikan diharapkan dapat menjadi langkah awal yang baik dalam menentukan minat berwirausaha di masa depan, dijelaskan oleh Japelli (2010) yang menegaskan bahwa literasi ekonomi penting dalam mengambil keputusan rumah tangga tentang cara menginvestasikan kekayaan dan berapa banyak untuk melakukan peminjaman dipasar keuangan. Dapat disimpulkan untuk literasi ekonomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi 2015/2016 tergolong sangat tinggi dengan banyaknya soal yang dijawab benar oleh 234-264 mahasiswa sebanyak 5 soal.

### Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi periode 2015/2016 Universitas Negeri Surabaya

Berdasarkan hasil analisis data uji hipotesis yang dilakukan peneliti dari angket yang disebar kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi 2015/2016 Universitas Negeri Surabaya, diketahui untuk uji  $t$  besarnya  $> 0,05$ . Nilai *probability significancy* untuk variabel tingkat penggunaan media sosial sebesar 0,000, maka  $H_a$  diterima. Hal ini dapat dilihat dari analisis jalur pengaruh langsung  $X_2$  terhadap  $Y$  sebesar 6,251% artinya tingkat penggunaan media sosial dapat berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha.

Data diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat penggunaan media sosial mahasiswa Fakultas Ekonomi kategori sangat setuju ditunjukkan dengan jumlah responden mencapai 1244 dari 10 pernyataan yang di berikan, sehingga dapat dikatakan mahasiswa Fakultas Ekonomi banyak memilih sangat setuju untuk penggunaan media sosial pada *smartphone* lebih mudah dilakukan untuk media berkomunikasi, mencari informasi hingga media pemasaran.

Berdasarkan keunggulan yang dimiliki media sosial seperti pernyataan pada angket mudahnya berkomunikasi, ditunjang dengan efisiensi dimana mayoritas responden lebih banyak menjawab sangat setuju bahwa media dapat diakses dimanapun serta lebih meringankan biaya, sehingga media sosial dapat menjadi alternatif tepat bagi mahasiswa yang sebagian besar belum mempunyai penghasilan sendiri dan mencoba belajar untuk berwirausaha. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh kartajaya bahwa sosial media mampu mengubah monolog menjadi dialog dengan adanya dialog online dapat mengubah orang-orang dari pembaca menjadi penerbit.

### **Pengaruh Literasi Ekonomi dan Tingkat Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi periode 2015/2016 Universitas Negeri Surabaya**

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial secara simultan sebesar 0,944% dan sementara sisanya sebesar 99,05% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} (18,620) > F_{tabel} (3,080)$  sehingga  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Dari hasil di atas berhubungan erat 3 variabel yaitu literasi ekonomi, tingkat penggunaan media sosial, dan minat berwirausaha. Hal ini dapat di jelaskan dari hasil penelitian ini bahwasanya variabel yang paling besar berpengaruh terdapat pada variabel tingkat penggunaan media sosial dengan hasil paling banyak mahasiswa menjawab sangat setuju untuk pernyataan yang telah diberikan terkait penggunaan media sosial, dilanjut variabel ke dua yaitu literasi ekonomi dimana mahasiswa banyak menjawab benar pada tes yang diberikan dengan indikator pelaku ekonomi; pendapatan individu; masalah pokok ekonomi; pasar dan harga; serta peranan pemerintah, dari beberapa indikator tersebut dapat berkaitan dengan pemahaman wirausaha mahasiswa yang ketika di terapkan dapat saling berhubungan, ketika penggunaan media sosial tinggi dan pemahaman literasi ekonomi sangat tinggi akan lebih mudah mengarah minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dapat dijelaskan dari Mathews (1999) bahwa manfaat mempelajari literasi ekonomi mampu memahami nilai tukar uang pada keuntungan, serta menjadi penabung yang cerdas. Penjelasan Mathews diperkuat dengan teori dari Shapero (dalam Alma, 2013) dimana wirausaha adalah sebuah kegiatan dimana seseorang mampu melihat peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang yang ada secara cerdas.

### **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: (1) Literasi ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi periode 2015/2016 Universitas Negeri Surabaya; (2) Tingkat penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi periode 2015/2016 Universitas Negeri Surabaya; (3) Literasi ekonomi dan tingkat penggunaan media sosial secara bersama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi periode 2015/2016 Universitas Negeri Surabaya.

### **SARAN**

Untuk hasil yang lebih maksimal, sebaiknya mahasiswa lebih mempelajari terkait indikator yang belum dikuasai, seperti pada materi indikator memahami masalah pokok ekonomi dan mahasiswa dapat memanfaatkan fitur-fitur media sosial dan dapat disambungkan dengan *wifi* kampus yang telah tersedia di berbagai spot gedung untuk lebih mudah mencari informasi pembelajaran di media sosial untuk lebih minat berwirausaha. Dan Peneliti juga menyarankan untuk mata kuliah kewirausahaan di Fakultas Ekonomi untuk lebih memberikan dan memperkenalkan konsep pemasaran melalui media sosial, sehingga mahasiswa dapat mengeksplorasi lebih mendalam terkait dunia wirausaha dengan dapat memanfaatkan media sosial yang mereka miliki untuk berbisnis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2013. *Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Budiawati, Abu. 2007. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cross, Michael. 2013. *Social Media Security Leveraging Social Networking While Mitigating Risk*. Imprint: Syngress.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fadiati, Ari dan Purwana, Dedi. 2011. *Menjadi Wirausaha Sukses*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Japelli, T. 2010. *Economic Literacy Economic Literacy: An International Comparison*.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. 2010. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53(1): 59–68.
- Kartajaya, Hermawan. 2008. *New Wave Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan, Yusril Rosyid, and Harti. 2013. "Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 1(3): 1–17.

NCEE. <http://www.councilforeconed.org/wp/wp-content/uploads/2012/03/voluntary-national-context-standards-2010.pdf>.

Riyanti, Benedicta. 2003. *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikolog Kepribadian*. Jakarta: Grasindo.

Samuelson, Paul. A. 2010. *Makro Ekonomi*. 14th ed. Jakarta: Erlangga.

Sina, Peter Garlans. 2012. "Analisis Literasi Ekonomi." *Jurnal Economia* 8(2): 135–43.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. bogor: PT. Ghalia Indonesia.

Suryawan, Passaribu. 2006. *Penyimpangan Tumbuh Kembang Anak*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI.

