

ANALISIS JEJARING SOSIAL SEBAGAI MEDIA UNTUK MINAT BERWIRAUSAHA BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALU

SOCIAL NETWORKING ANALYSIS AS A MEDIUM FOR ENTREPRENEURIAL INTEREST FOR UNIVERSITY STUDENTS OF MUHAMMADIYAH PALU

¹Laraswati, ²Haris Abd Kadir, ³Guasmin

^{1,2,3}*Bagian Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Palu*

(Email : laraswati@gamil.com)

(Email : abd.kadir@gmail.com)

(Email : guasmin.guasmin@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya jejaring sosial. Jejaring sosial saat ini banyak dimanfaatkan sebagai media promosi dan *platform* jual-beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran jejaring sosial pada minat berwirausaha bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif selanjutnya populasi diambil dari setiap fakultas di Universitas Muhammadiyah Palu, dengan menentukan jumlah proporsional pada setiap fakultas. Sumber data diperoleh dari penyebaran kuesioner sebanyak 96 eksemplar yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tabulasi frekuensi. Dari hasil perhitungan menggunakan metode tabulasi frekuensi, pada variabel jejaring sosial diperoleh nilai total skor rata-rata 4,01 dan nilai total skor rata-rata pada variabel minat berwirausaha yaitu 3,98 persetujuan ini dinilai memiliki nilai yang cukup tinggi bahwa jejaring sosial memiliki peran pada tumbuhnya minat berwirausaha bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu. Selanjutnya juga diketahui bahwa faktor internal secara positif dapat mendorong tumbuhnya minat berwirausaha bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu dengan nilai skor rata-rata 4,2, nilai terbesar pada faktor internal ini adalah faktor motivasi dengan nilai skor 4,5 kemudian faktor kemampuan dengan nilai skor 4,1 dan faktor perasaan senang dengan nilai skor 4,0. Sedangkan faktor eksternal diketahui memiliki nilai skor rata-rata 3,7, faktor ini terdiri dari faktor keluarga dengan nilai skor 3,6 kemudian faktor lingkungan masyarakat dengan nilai skor 4,0 dan faktor lingkungan sekolah dengan nilai skor 3,7, dengan demikian faktor eksternal dinilai bukan merupakan faktor utama pada tumbuhnya minat berwirausaha bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu.

Kata Kunci : Minat Berwirausaha

ABSTRACT

This research is based on the development of information and communication technology, especially social networks. Social networks are currently widely used as promotional media and trading platforms. This research aims to determine the role of social networking in entrepreneurial interests for university students of Muhammadiyah Palu. This research uses the next quantitative descriptive method of population taken from each faculty at the University of Muhammadiyah Palu, by determining the proportional amount on each faculty. The data source was obtained from a questionnaire spread of 96 copies which was subsequently analyzed using frequency tabulation analysis technique. From the calculation result using the Frequency tabulation method, in the social network variable the value of the average total score is 4.01 and the average total score value in the entrepreneurial interest variable is 3.98 This agreement is judged to have sufficient value High that social networks have a role in the growth of

entrepreneurial interest for university students of Muhammadiyah Palu. Furthermore, it is also known that the internal factor is positively able to encourage the growth of entrepreneurial interest for university students of Muhammadiyah Palu with an average score of 4.2, the biggest value of this internal factor is the motivation factor with The score value is 4.5 then the capability factor with a score value of 4.1 and a factor of happy feeling with a score of 4.0. While the external factor is known to have an average score of 3.7, this factor consists of a family factor with a score of 3.6 then a community environmental factor with a score of 4.0 and a school environment factor with a score of 3.7, thus External factors assessed are not a major factor in the growth of entrepreneurial interest for university students of Muhammadiyah Palu.

Key words: *Entrepreneurial interest*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat memungkinkan manusia mendapatkan informasi dan berkomunikasi dengan mudah. Untuk mengaksesnya kita dapat menggunakan telepon genggam yang kini telah berbasis *Internet* atau sering kita sebut *smartphone*. *Smartphone* yang kita gunakan telah mampu memberikan fasilitas yang beragam sesuai kebutuhan seperti fasilitas SMS, *chatting*, *e-mail*, *browsing*, *sharing* serta berbagai jenis jejaring sosial yang telah menjadi gaya hidup di Era Milenial.

Jejaring sosial merupakan suatu jaringan terkait antara satu dengan lainnya, istilah jejaring sosial pertama kali diperkenalkan oleh J.A Barnes pada Tahun 1954. Jejaring sosial merupakan sebuah sistem struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu atau organisasi. Jejaring sosial ini akan membuat mereka yang memiliki kesamaan sosialitas, baik dari mereka yang telah dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga bisa saling berhubungan, hal ini berarti bahwa seseorang dengan mudah bisa mengakses pengguna lainnya hanya dengan mereka terhubung dengan situs jejaring yang sama.

Menurut laporan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APJII) pada tahun 2017 menyatakan bahwa pengguna *Internet* di Indonesia telah mencapai 143,26 juta jiwa atau sekitar 54,68% dari penduduk Indonesia. Pengguna ini terdiri dari 51,43% pengguna berjenis kelamin laki-laki dan 48,57% berjenis kelamin perempuan.

Tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan teknologi telah berhasil merubah lingkungan sosial masyarakat, begitupun kalangan muda (mahasiswa), kalangan muda saat ini lebih banyak berinteraksi dengan sesama kalangannya melalui jejaring sosial. Hal ini telah menjadi fenomena di kalangan muda modern. Survei (APJII) menyebutkan pengguna *Internet* di Indonesia yang disurvei berdasarkan usia didominasi oleh kalangan muda yakni rentang usia 19-34 tahun dengan persentase 49,52% atau sekitar 70.94 juta jiwa. Sementara dari survei wilayah,

Sulawesi memiliki pengguna sebanyak 6,73% atau sekitar 9,64 juta jiwa. Wilayah terbesar dalam penggunaan *Internet* adalah Pulau Jawa dengan persentase 58,08% atau sekitar 83,21 juta jiwa, kemudian Sumatera dengan persentase 19,09% atau sekitar 27,35 juta jiwa, Kalimantan dengan persentase 7,97% atau sekitar 11,42 juta jiwa, Bali-Nusa dengan persentase 5,63% atau sekitar 8,07 juta jiwa dan Maluku-Papua dengan persentase 2,49% atau sekitar 3,57 juta jiwa.

Penggunaan jejaring sosial yang telah menjadi tren saat ini, membuat hampir di setiap tempat kita menemui orang yang sedang menggunakannya. Begitu pula pada mahasiswa, hampir di setiap sudut kampus dengan mudah kita temukan mahasiswa yang sedang mengakses jejaring sosial, baik *chatting*, *meng-upload* foto, *sharing content*, dan menonton video ataupun sekedar melihat foto. Jejaring sosial yang populer digunakan oleh mahasiswa seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan WhatsApp.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut: Apakah dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi khususnya jejaring sosial mampu meningkatkan minat berwirausaha bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu?

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Lokasi penelitian dilakukan pada beberapa fakultas di Universitas Muhammadiyah Palu, penelitian dilakukan selama tiga bulan yaitu sejak bulan Juli sampai dengan bulan Oktober 2018. Sumber data Data Primer yang diperoleh dari hasil penelitian ini diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner yang dilakukan pada Mahasiswa Unismuh Palu. Data Sekunder dalam penelitian ini berasal dari sumber lain atau hasil penelitian pihak lain. Data ini digunakan sebagai pendukung dan pelengkap bahan penelitian dari peneliti.

Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data Dalam penelitian ini segala hal yang diukur oleh peneliti adalah fenomena media sosial yang telah berkembang di masyarakat, peneliti pengkhususkan pada kalangan mahasiswa mengetahui pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Palu.

Data-data yang telah dikumpulkan melalui metode pengumpulan data dan instrumen penelitian, selanjutnya diolah dan dianalisis. Adapun teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah deskriptif. Untuk data kualitatif yang diperoleh melalui instrumen pedoman telaah dokumen dan telaah pustaka akan dituangkan secara tertulis kemudian dianalisis sesuai prinsip-prinsip data kualitatif. Sedangkan data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner akan dituangkan dalam bentuk bilangan persentase dan tabulasi.

HASIL

Hasil Tabulasi Frekuensi

Tabel 2
Tabulasi Frekuensi Jejaring Sosial

Jejaring Sosial	P	Jawaban Responden										Skor	N	Rata-Rata
		SS		S		R		TS		STS				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Orang/ Pengguna	P1-P9	3	33,	4	45,	1	11,	7	7,	2	1,6	385	9	4,01
		2	2	4	5	1	9	8						
Hubungan Antar Orang	P10- P19	2	29,	4	50,	1	14,	5	5,	1	1,0	385	9	4,01
		8	0	9	5	3	1	4						
Total												770	9	8,02
		Rata-rata Skor												4,01

Tabulasi Frekuensi Minat Berwirausaha

Tabel 3
Tabulasi Frekuensi Minat Berwirausaha

Minat Berwirausaha	P	Jawaban Responden										Skor	N	Rata-Rata
		SS		S		R		TS		STS				
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Motivasi	P1-P3	5	55,	3	38,	5	4,9	0	0	1	1	430	9	4,5
		3	6	7	5									
Kemampuan	P4-P6	2	28,	5	52,	1	18,	0	0	0	0	392	9	4,1
		7	1	1	8	8	8							
Perasaan Senang	P7-P9	3	32,	4	42,	1	17,	8	8	0	0	382	9	4,0
		1	0	1	7	6	0							
Faktor Keluarga	P10- P12	1	18,	3	37,	2	30,	11	11,	2	2	345	9	3,6
		8	4	6	9	9	6	4						
Faktor Lingkungan Masyarakat	P13- P15	2	27,	5	55,	1	12,	5	4,9	0	0	388	9	4,0
		6	1	3	6	2	2							
Faktor Lingkungan Sekolah	P16- P19	1	14,	4	47,	2	27,	9	9,6	1	1	350	9	3,7
		4	6	5	2	7	9							
Total												228	9	23,9
												7	6	

PEMBAHASAN

Variabel jejaring sosial dengan unsur orang memiliki nilai skor rata-rata 4,01 dari skala 5 atau setuju mendekati sangat setuju. Dari 96 responden, sebanyak 44 orang atau 45,5% menyatakan setuju dan 32 orang atau 33,2% menyatakan sangat setuju. Dengan hasil demikian mahasiswa memiliki peran sebagai pengguna yang memanfaatkan jejaring sosial sebagai sarana untuk mempromosikan, *sharing* informasi terkait bisnis, mengkonfirmasi barang pesanan dan mensegmentasi pasar. Dapat disimpulkan sebagian besar mahasiswa dapat berjualan melalui jejaring sosial. Sementara jumlah terendah, sebanyak 2 orang atau 1,6% menyatakan sangat tidak setuju, pernyataan ini terdapat pada P7, P8 dan P9. Dapat disimpulkan peran mahasiswa sebagai pengguna tidak menggunakan media *online* sebagai sarana penjualan.

Unsur Hubungan Antar Orang

Variabel jejaring sosial dengan unsur hubungan antar orang memiliki nilai skor rata-rata 4,01 dari skala 5 atau setuju mendekati sangat setuju. Dari 96 responden yakni sebanyak 49 orang atau 50,5% menyatakan setuju dan sebanyak sebanyak 28 orang atau 29% menyatakan sangat setuju, Dengan hasil demikian mahasiswa sebagai pengguna yang terhubung dengan pengguna lain telah memanfaatkan keterhubungannya dengan menerima pertemanan baru, bergabung dengan grup jual-beli, melakukan tawar-menawar, berbagi lokasi, berbagi pesan teks, gambar dan suara juga bertransaksi jual beli. Sementara jumlah terendah, sebanyak 1 orang atau 1% menyatakan sangat tidak setuju, pernyataan ini terdapat pada P11, P17 dan P18. Dapat disimpulkan peran mahasiswa sebagai pengguna telah terhubung dengan pengguna lain tidak menggunakan keterhubungannya pada media online sebagai sarana penjualan.

Minat Berwirausaha

Variabel minat berwirausaha dengan faktor internal motivasi memiliki nilai rata-rata 4,5 dari skala 5 atau setuju mendekati sangat setuju. Dari 96 responden yakni sebanyak 53 orang atau 55,6% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 37 orang atau 38,5% menyatakan setuju. Dengan hasil demikian dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki motivasi yang tinggi sebagai faktor internal dalam tumbuhnya minat berwirausaha. Hal ini diharapkan mampu menjadikan mahasiswa mempunyai kepercayaan diri dalam memulai suatu usaha maupun suatu bisnis. Sementara sebanyak 1 orang atau 1% menyatakan sangat tidak setuju, jawaban responden terdapat pada butir P2. Dapat dikatakan mahasiswa tidak terdorong karena melihat orang lain yang telah berhasil. Disimpulkan mahasiswa memiliki motivasi yang rendah.

Kemampuan

Variabel minat berwirausaha dengan faktor internal yakni kemampuan memiliki nilai rata-rata 4.1 dari skala 5 atau setuju mendekati sangat setuju. Dari 96 responden yakni sebanyak 51 orang atau 52,8% menyatakan setuju dan sebanyak sebanyak 27 atau 28,1% menyatakan sangat setuju. Dengan hasil demikian dapat disimpulkan bahwa responden memiliki kemampuan dalam menghadapi tantangan, kreatifitas dan inovatif, dan dapat mengatasi masalah secara efektif. Olehnya diharapkan mahasiswa berani memulai suatu usaha atau bisnis, agar dapat mengasah kemampuan menghadapi tantangan, mengasah kreasi dan invoasi serta membangun kepemimpinan dalam menghadapi suatu permasalahan. Sementara sebanyak 18 orang atau 18,8% menyatakan ragu-ragu. Pernyataan ini terdapat pada butir P6. Disimpulkan mahasiswa ragu memiliki kemampuan untuk mengatasi masalah secara efektif, hal ini dapat dikarenakan untuk membuat suatu penyelesaian masalah tidaklah mudah apalagi solusi yang dipilih harus efektif.

Perasaan Senang

Variabel minat berwirausaha dengan faktor internal yakni perasaan senang memiliki nilai rata-rata 4,0 dari skala 5 atau setuju mendekati sangat setuju. Dari 96 responden yakni sebanyak 41 orang atau 42,7% menyatakan setuju dan sebanyak sebanyak 31 orang atau 32% menyatakan sangat setuju. Dengan hasil demikian dapat disimpulkan bahwa responden memiliki perasaan senang dalam mengambil keputusan sendiri, senang menjadi pemimpin atas pekerjaannya, dan senang dengan profesi yang tidak mengikat. Sementara jumlah terendah sebanyak 8 orang atau 8% menyatakan tidak setuju. Pernyataan ini terdapat pada butir (P7), disimpulkan mahasiswa tidak senang mengambil keputusan sendiri. Dapat dikatakan mahasiswa lebih cenderung senang menjadi seorang pegawai/ karyawan pada suatu perusahaan maupun instansi.

Faktor Keluarga

Variabel minat berwirausaha dengan faktor eksternal yakni faktor keluarga memiliki nilai rata-rata 3,6 dari skala 5 atau ragu-ragu mendekati setuju. Dari 96 responden yakni sebanyak 36 orang atau 37,9% menyatakan setuju dan sebanyak sebanyak 18 orang atau 18,4% menyatakan sangat setuju. Dengan hasil demikian dapat disimpulkan bahwa responden mendapat dukungan dari lingkungan keluarga yakni orangtua yaitu berupa sarana dan pelatihan kewirausahaan. Dengan demikian faktor eksternal yakni lingkungan keluarga memiliki peran dalam tumbuhnya minat berwirausaha pada mahasiswa. Sementara jumlah terendah sebanyak 11 orang atau 11,4% menyatakan tidak setuju Pernyataan ini terdapat pada butir (P12).

Disimpulkan orangtua mahasiswa tidak memasukkan mahasiswa ke tempat pelatihan kewirausahaan.

Faktor Lingkungan Masyarakat

Variabel minat berwirausaha dengan faktor eksternal yakni faktor lingkungan masyarakat memiliki nilai rata 4,0 dari skala 5 atau setuju. Dari 96 responden yakni sebanyak 53 orang atau 55,6% menyatakan setuju dan sebanyak sebanyak 26 orang atau 27,1% menyatakan sangat setuju. Dengan hasil demikian dapat disimpulkan bahwa lingkungan masyarakat memiliki peran dalam tumbuhnya minat berwiusaha pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mempunyai inisiatif dalam membuka suatu usaha dikarenakan belum adanya usaha yang serupa, mahasiswa mempunyai keterbukaan menerima saran untuk menjalankan usaha sambil kuliah dan mahasiswa menerima motivasi dari orang sekitar untuk memulai suatu usaha. Sementara jumlah terendah sebanyak 5 orang atau 4,9% menyatakan tidak setuju. Pernyataan ini terdapat pada semua butir pernyataan. Disimpulkan bahwa mahasiswa tidak memperoleh minat berwirausaha dari lingkungan masyarakat.

Faktor Lingkungan Sekolah

Variabel minat berwirausaha dengan faktor eksternal yakni faktor lingkungan sekolah memiliki nilai rata-rata 3,7 dari skala 5 atau ragu-ragu mendekati setuju. Dari 96 responden yakni sebanyak 45 orang atau 47,2% menyatakan setuju dan sebanyak sebanyak 14 orang atau 14,6% menyatakan sangat setuju. Dengan hasil demikian dapat disimpulkan bahwa lingkungan sekolah atau kampus mendukung mahasiswa dalam menumbuhkan minat berwirausaha, dukungan ini berupa ilmu dari mata kuliah dan fasilitas, serta munculnya ide berwirausaha dari kurang ketersediaanya suatu produk dan tumbuhnya jiwa kompetisi dari teman kampus yang telah berwirausaha. Sementara jumlah terendah sebanyak 1 orang atau 1% menyatakan sangat tidak setuju. Disimpulkan lingkungan sekolah atau kampus sama sekali tidak menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

Sementara nilai skor rata-rata berdasarkan jenis kelamin (dapat dilihat pada lampiran 4), menunjukkan nilai skor rata-rata jejaring sosial pada responden laki-laki sebesar 3,96 dan variabel minat berwirausaha sebesar 4,01. Dapat dikatakan mahasiswa laki-laki memiliki motivasi dan kemampuan yang tinggi sebagai dasar dari tumbuhnya minat berwirausaha dengan memanfaatkan jejaring sosial sebagai sarana promosi dan berjualan. Sedangkan pada responden mahasiswa perempuan, variabel jejaring sosial memiliki skor rata-rata 4,07 dan variabel minat berwirausaha memiliki skor rata-rata 3.90. Dapat disimpulkan mahasiswa perempuan lebih aktif dalam menggunakan jejaring sosial sebagai sarana penjualan. Diharapkan mahasiswa dapat mengembangkannya menjadi suatu bisnis yang memiliki jangkauan yang lebih luas .

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil perhitungan distribusi frekuensi pada bab V berkaitan dengan analisis jejaring sosial sebagai media untuk minat berwirausaha bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu, dapat disimpulkan sebagai berikut : Jejaring sosial memiliki peran bagi tumbuhnya minat berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu dengan nilai persetujuan yang cukup tinggi yakni nilai total skor rata-rata 4.01 pada variabel jejaring sosial dan nilai total skor rata-rata 3.98 pada variabel minat berwirausaha. Faktor internal secara positif dapat mendorong tumbuhnya minat berwirausaha bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu dengan nilai skor rata-rata 4,2 nilai terbesar pada faktor internal ini adalah faktor motivasi dengan nilai skor 4,5 kemudian faktor kemampuan dengan nilai skor 4,1 dan faktor perasaan senang dengan nilai skor 4,0. Sedangkan faktor eksternal diketahui memiliki nilai skor rata-rata 3,7 faktor ini terdiri dari faktor keluarga dengan nilai skor 3,6 kemudian faktor lingkungan masyarakat dengan nilai skor 4,0 dan faktor lingkungan sekolah dengan nilai skor 3,7 dengan demikian faktor eksternal dinilai bukan merupakan faktor utama pada tumbuhnya minat berwirausaha bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu.

Dari hasil analisis dan pembahasan mengenai analisis jejaring sosial sebagai media untuk minat berwirausaha bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu, maka peneliti memberikan saran : Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palu harus dapat memanfaatkan jejaring sosial sebagai sarana berwirausaha karena fasilitas ini memiliki jangkauan yang luas dan menggunakan modal yang terjangkau. Pentingnya mahasiswa sedari dini mengenali minat dan bakat yang ada pada dirinya untuk selanjutnya mahasiswa berani memulai suatu usaha yang diharapkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan untuk dirinya dan orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Kewirausahaan*. CV Alfabeta. Bandung.
- Brogan, Chris. 2010. *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Christakis, Nicholas A. M.D.,Ph.D & Flower, James H. Ph.D. 2010. *Connected: Dahsyatnya Kekuatan Jejaring Sosial Mengubah Hidup Kita*. PT.Gramedia Pustaka Utam. Jakarta.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Enterprise, Jubilee. 2012. *30 Aplikasi Android Paling Dahsyat*, Elex Media. Jakarta.

- Juju, Dominikus dan Sulianta, Feri. 2010. *Branding Promotion With Social Network*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Kaplan M. Andreas,, Haenlein Michael 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons.
- Madcoms. 2010. *Facebook, Twitter, Plurk Dalam Satu Genggaman*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Santoso.1993. *Kompetisi dan Kepercayaan Diri Remaja*. Liberty. Yogyakarta.
- Sindang, Ennoch (2013) *Manfaat Media Sosial dalam Ranah Pendidikan dan Pelatihan*. Pusdiklat KNPk. Jakarta.
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba. Empat. Jakarta.