

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT MAHASISWA BERWIRAUSAHA

Altri Wahida^{*1}, Madrianah²,

Universitas Muhammadiyah palopo¹, Institut bisnis dan keuangan Nitro²
Email: altri.wahida@umpalopo.ac.id¹, madrianahmadrianah@gmail.com²

Received: 16 Desember 2022

Revised: 29 April 2023

Accepted: 30 April 2023

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana literasi ekonomi dan penggunaan media sosial Instagram mempengaruhi minat masyarakat untuk memulai bisnis sendiri. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan sebanyak 60 mahasiswa dari kota Palopo yang ikut berpartisipasi. Hasil penelitian menunjukkan literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, sedangkan penggunaan media sosial Instagram berpengaruh signifikan. Selain itu, penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bisnis seseorang di Kota Palopo.

Kata Kunci: Literasi Ekonomi, Penggunaan Media Sosial Instagram, Minat Berwirausaha

Abstract

The purpose of this study was to find out how economic literacy and the use of Instagram social media affect people's interest in starting their own business. This research was conducted using quantitative methods and as many as 60 students from the city of Palopo participated in this study. The results of the study show that economic literacy has no effect on the interest in entrepreneurship, while the use of Instagram social media has a significant effect. In addition, the use of Instagram social media has a significant influence on one's business interests in Palopo City.

Keywords: *Economic Literacy, Use Of Instagram Social Media, Interest In Entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Tingkat pengangguran di Indonesia mengalami peningkatan 10.000 pada Agustus 2017 menjadi 7,04 juta pada Agustus 2017 ketika jumlah pengangguran adalah 7,03 juta pada Agustus 2016. Peningkatan jumlah pengangguran saat ini semakin parah. situasi di Indonesia. Fakta ini hanya akan bertambah parah jika tidak segera diatasi. Menurut (Sahroh, 2018) masalah pengangguran dapat diselesaikan melalui kewirausahaan dan menjadi wirausaha merupakan salah satu alternatif untuk mengurangi jumlah pengangguran. Seseorang yang menjadi entrepreneur atau pengusaha perlu mengembangkan minat dalam dirinya untuk memulai usahanya dari awal. Munculnya kewirausahaan pada individu memerlukan pengembangan bakat yang muncul dalam diri, pengetahuan tentang kewirausahaan dan motivasi yang tinggi dapat mengembangkan kewirausahaan.

Berdasarkan output sensus tahun 2020, jumlah penduduk mencapai 270,20 juta jiwa. Dibandingkan menggunakan jumlah penduduk dalam tahun 2010, semakin tinggi sebanyak 32,56 juta orang (Statistik Finlandia; 2020). Dari data tersebut terlihat bahwa jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut

pernyataan CNN, setidaknya 10,38% lulusan SMK, 8,35% lulusan SMA dan 6,17% lulusan Diploma IV, S1, S2 dan S3 menganggur di Indonesia berdasarkan tingkat pendidikannya. Berdasarkan informasi ini, siswa merasa bahwa mereka dapat membuat area bisnis. Penelitian (Sihombing., 2012) menegaskan bahwa berwirausaha menjadi tujuan banyak mahasiswa, terutama generasi muda, setelah mereka kuliah.

Banyak negara berkembang memiliki masalah dengan terlalu banyak manusia dan terlalu banyak pengangguran. Hal ini dapat menimbulkan masalah sosial, kemiskinan, dan kriminalitas. Menurut (LINDA RACHMONA ZULATSARI & SOESATYO, 2018) Fenomena yang terjadi dalam dunia pendidikan adalah semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin berisiko menjadi pengangguran. Ini tidak hanya terjadi pada lulusan, tetapi juga terjadi pada kebanyakan orang Indonesia. Kebanyakan orang Indonesia masih percaya bahwa karyawan dimotivasi oleh opini negatif dari pemberi kerja. "Penyebabnya adalah pendapatan yang tidak stabil, sifat agresif, persaingan yang ketat dan ketidakamanan finansial. Jadi berbeda dengan pekerja yang memiliki pendapatan tetap dan tidak mengambil risiko besar, ada rasa aman (Sahroh, 2018).

Pada kenyataan dilapangan bahwa tidak sedikit dari masyarakat saat ini mereka lebih memilih bekerja di perusahaan baik negeri maupun swasta, paradigma masyarakat bahwa bekerja di perusahaan negeri maupun swasta lebih menjanjikan dari pada mengambil keputusan untuk menjadi pengusaha masih menjadi minoritas. Begitupun pandangan yang masih diemban oleh mayoritas para mahasiswa bahwa mereka lebih menginginkan menjadi pegawai atau karyawan pada suatu perusahaan baik negeri maupun swasta yang menurut mereka lebih terjamin. Kegiatan ekonomi mengacu pada sejauh mana pelaku ekonomi memiliki dan memahami informasi tentang ekonomi. Orang seringkali dihadapkan pada banyak pilihan saat melakukan aktivitas ekonomi, sehingga membuat keputusan ekonomi yang cerdas membutuhkan usaha dan pemahaman dasar.

Literasi ekonomi merupakan pilihan yang tepat agar mahasiswa dapat mencapai tujuan utama kegiatan ekonomi, yaitu kesejahteraan. Berdasarkan perolehan observasi dilapangan pada badan Nasional Pemahaman dan Inklusi Ekonomi (SNLIK) ke tiga yang dilakukan pada tahun 2019 oleh Badan Perekonomian (OJK), indeks literasi ekonomi sebesar 38,03 dan tingkat integrasi ekonomi sebesar 76,19%. Dibandingkan hasil survei OJK 2016, literasi ekonomi masyarakat meningkat sebesar 8,33 persen dan inklusi ekonomi sebesar 8,39 persen. Peningkatan yang masih relatif kecil tersebut menunjukkan bahwa tingkat literasi ekonomi yang merupakan bagian dari literasi ekonomi masih relatif rendah. Selain itu, pemerintah dapat mendorong kewirausahaan dengan mengembangkan budaya kewirausahaan. Perubahan orientasi budaya tidak bisa terjadi dalam waktu singkat, misalnya di negara seperti Indonesia, di mana generasi muda menjadi pemain utama dalam persaingan ekonomi yang semakin ketat. Memang, generasi muda sekarang dan pada akhirnya akan bersaing dengan bakat, keterampilan, dan pengalaman yang tersedia bagi mereka.

Di era digital yang berubah dengan cepat saat ini, dapat mendorong pengusaha untuk memulai bisnis dengan berbagai manfaat dan fasilitas yang dapat digunakan. Pada tahun 2017, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) melaporkan 3,79 juta jenis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menerapkan platform online dalam memasarkan produk mereka. Sesuai dengan sekitar 8% usaha

usaha kecil dan menengah Indonesia atau 59,2 juta Peningkatan jumlah MIME di Internet Cyberspace, Kemenkop UKM dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemcominfo) dan *e-commerce* meluncurkan program bertajuk “8 juta UMKM On the line”. Dengan kerjasama ini, Pemerintah juga berharap dapat mempercepat transformasi UKM Indonesia Digitalisasi (Cominfo, 2017).

Definisi ejaan dan contoh literasi dan ekonomi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Literasi ekonomi adalah kemampuan membaca dan menulis sambil mengelola usaha sendiri artinya mengetahui prinsip-prinsip produksi dan distribusi, penggunaan barang dan ekonomi (seperti dalam ekonomi, industri dan bisnis), penjelasan panjang tentang Ekonomi dan Pemahaman dasar jangka pendek. Tentu saja, ekonomi setiap orang berbeda, apakah itu tinggi, menengah atau rendah. Tingkat literasi ekonomi seseorang dapat diukur dari beberapa aspek, salah satunya adalah literasi ekonomi.

Pembelian impulsif (spontan) bagi mahasiswa karena literasi ekonomi memberi mereka pengetahuan tentang bagaimana mengelola keuangan mereka untuk konsumsi (Pratiwi, 2017). Semakin tinggi literasi ekonomi mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumsinya. Sebaliknya, jika literasi keuangan siswa rendah, maka perilaku konsumsi siswa akan meningkat (Kanserina, 2015). Literasi ekonomi merupakan landasan yang dapat membentuk perilaku keuangan yang baik. Perilaku keuangan yang baik dapat ditunjukkan dengan membuat keputusan keuangan yang benar dan terhormat. Peningkatan literasi ekonomi membuat mahasiswa menjadi lebih rasional dalam perilaku konsumsinya (LINDA RACHMONA ZULATSARI & SOESATYO, 2018). Kondisi ini juga terjadi pada mahasiswa di kota Palopo. Berdasarkan pengamatan penulis dan wawancara pendahuluan, beberapa mahasiswa tidak melakukan perencanaan pengelolaan keuangan yang baik, sehingga beberapa kebutuhan tidak terpenuhi karena pengeluaran yang berlebihan pada aspek yang diinginkan. Padahal, para mahasiswa ini memiliki teori ekonomi yang berbeda sejak awal studinya.

Universitas harus dapat menawarkan pendidikan keuangan pribadi kepada mahasiswa mereka. Dengan cara ini, mahasiswa memiliki pengetahuan tentang keuangan pribadi sejak dini, sehingga mereka dapat menjadi mahasiswa yang cerdas, mengatur keuangannya dengan baik, hidup dengan baik dan terhindar dari kesulitan keuangan di masa depan. Oleh karena itu, pembelajaran di perguruan tinggi harus berdampak langsung pada literasi keuangan dari perspektif kognitif dan sikap mahasiswa. Fenomena industri menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan mahasiswa maka semakin besar pula keinginan untuk membelanjakan uangnya. Keinginan siswa untuk membelanjakan pendapatan tanpa pengelolaan keuangan dapat menyebabkan kegagalan pengelolaan keuangan dan mempengaruhi tingkat literasi ekonomi. Hal ini disebabkan gaya hidup mahasiswa yang mengkonsumsi dan mempengaruhi pergaulan sehari-hari (Sahroh, 2018). Oleh karena itu, kelas dalam kampus harus mampu membekali mahasiswa dengan literasi ekonomi yang baik. Literasi ekonomi yang tinggi juga membantu memprediksi perilaku.

Hasil belajar ekonomi adalah pandangan yang jelas tentang keadaan pengetahuan Ekonomi (Kahyangan et al., 2022). Prestasi belajar adalah penguasaan materi atau kemampuan siswa melakukan tugas atau aktivitas tertentu yang dikembangkan dalam zat tertentu (Salsabila, 2009). Dalam beberapa penelitian, seseorang yang telah mempelajari sesuatu. Literasi keuangan cenderung mendominasi dalam bisnis. Keberhasilan belajar

adalah hasil yang kita peroleh dari belajar siswa. Presentasi Pembelajaran diberikan dalam bentuk penilaian berdasarkan keterampilan, kemampuan, dll keterampilan khusus yang dipelajari selama pembelajaran. keberhasilan belajar adalah hasil yang dicapai oleh siswa dalam interaksi dengan faktor-faktor tersebut Dampak terhadap pembelajaran (Sahroh, 2018).

Media sosial juga banyak digunakan oleh mahasiswa terutama dalam hal pembelajaran untuk menunjang kegiatan akademik. Selain itu, mahasiswa juga membutuhkan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan dosen untuk mengetahui tugas dan kegiatan pembelajaran di kelasnya. Manfaat media sosial bagi mahasiswa tidak hanya sebagai alat belajar atau komunikasi, tetapi media sosial juga menawarkan banyak manfaat bagi mahasiswa yang dapat mereka manfaatkan dengan baik.

Salah satu pengguna media sosial kini menjadi tran dengan mudah berkomunikasi jarak pendek atau jarak jauh harus bertemu. Media sosial penting bagi mahasiswa Bukan sekedar tempat untuk mendapatkan informasi menarik, tapi menjadi satu *way of life* atau gaya hidup Media sosial mahasiswa biasanya digunakan untuk mengekspresikan diri, berbagi segala hal tentang dirinya dengan banyak orang, terutama dengan teman dan juga di jejaring sosial bisa dijadikan tempat mencari uang. Sementara itu, media sosial telah menjadi faktor interaktif yang penting bagi mahasiswa. Tambahkan lebih banyak dengan munculnya ponsel pintar yang menawarkan kebebasan dari media sosial dan penyedia layanan menyediakan layanan media sosial yang terjangkau. Ini jelas mengarah pada kaum muda khususnya mahasiswa melupakan batasan sosial yang seharusnya mereka ketahui. Ukuran Pengaruh media sosial tidak hanya memiliki efek positif, tetapi juga memiliki efek negatif bagi mahasiswa, terutama interaksi mahasiswa yang sedang terjadi mempengaruhi media sosial. Media sosial perlahan membawa kita ke model budaya baru dan mulai mendefinisikan cara berpikir kita. Media sosial dapat menghasilkan orang seperti itu Kecanduan media sosial.

Jumlah pengguna jejaring sosial meningkat setiap tahun, semakin banyak perusahaan yang dipublikasikan melalui jejaring sosial. Baik itu blog, Twitter, Instagram, Kaskus, Facebook atau bahkan Whatshaap, atau fitur pintar seperti Blackberry Messenger (BBM), tentu menghadirkan peluang bagi perkembangan dinamis e-marketing (sebagai fenomena pasar dunia berikutnya). Ini dapat digunakan sebagai peluang yang baik bagi calon pengusaha untuk menggali potensi bisnis jejaring sosial. Di era sekarang sudah ada media sosial yang memudahkan individu untuk saling terhubung dalam Penjualan atau promosi barang pun tidak dapat menekan biaya yang terlalu tinggi. Orang tidak perlu menyewa tempat, buka bar, atau menempatkan iklan mahal di surat kabar.

Instagram telah berkembang menjadi situs media sosial yang mengkhususkan diri pada konten foto, diterima secara luas oleh masyarakat luas hingga 400 juta pengguna di seluruh dunia. Mahasiswa sebagai orang yang peka terhadap hal-hal yang baru, terutama mahasiswa yang lebih tertarik dengan apa yang baru dalam hal komunikasi, tidak mau ketinggalan di Instagram. Media sosial Instagram pada perusahaan sebagai sarana atau sarana untuk mempromosikan produk. Hampir setiap orang memiliki akun media sosial Instagram, bahkan biasanya lebih dari satu akun. Pedagang dapat menggunakan ini untuk mempromosikan produk mereka secara gratis. Media sosial Instagram memungkinkan pemilik bisnis untuk menjangkau lebih banyak orang dan menarik lebih banyak orang,

terutama mahasiswa yang ingin berbisnis, ingin tahu tentang produk atau layanan yang ditawarkan dan tertarik untuk membelinya. Media sosial Instagram jelas lebih efektif daripada menggunakan cara lama dengan teknologi terbatas.

Minat adalah kecenderungan hati untuk memilih suatu alternatif pilihan (Alfaruk, 2017) Dengan demikian, faktor simpati, kesenangan terhadap daya tarik objek mendukung kepentingan individu, sehingga unsur subjektivitas yang memperjuangkan kepentingan masing-masing individu tidak dapat dipertanyakan.

Minat mahasiswa dalam mendirikan perusahaan dipengaruhi oleh motivasi mereka. Motivasi merupakan salah satu faktor pendukung terpenting yang dapat menumbuhkan keberanian untuk menjalankan usaha, yang sangat diperlukan bagi seorang mahasiswa. Motivasi ini bermaksud motivasi intrinsik mahasiswa, dimana motivasi transparan dalam diri mahasiswa itu sendiri. Pertimbangkan motivasi ekstrinsik, yaitu motivasi berasal dari pengaruh eksternal, yaitu dalam hal ini pihak universitas dan lingkungan berusaha untuk memberikan literasi tentang kewirausahaan kepada para mahasiswanya.

Meskipun dorongan telah diberikan, namun sebenarnya tidak membangkitkan minat siswa untuk berwirausaha karena motivasi siswa untuk berwirausaha sangat rendah. Rendahnya motivasi mahasiswa tercermin dari (1) kurangnya kemandirian mahasiswa dalam mengerjakan tugas yang diberikan oleh dosen, mahasiswa masih cenderung menunggu bantuan dari mata kuliah untuk menyelesaikan tugasnya daripada mengerjakannya sendiri. tugas. berusaha sendiri (2) mereka tidak mempunyai alasan untuk menjadi sangat sukses, hal ini tercermin dari sikap siswa yang menyukai alasan – alasan mengapa mereka mempunyai pekerjaan rumah dan mengerjakan tugas rumah di kampus. Menjadi seorang entrepreneur antara lain membutuhkan sikap mandiri dan kemauan untuk selalu menciptakan yang terbaik (*desire to achievement*).

Dengan kata lain motivasi dan literasi, minat berwirausaha dipengaruhi oleh literasi kewirausahaan itu sendiri. Seorang entrepreneur tidak akan berhasil tanpa pendidikan, keterampilan dan kemauan. Jika ada kemauan, tetapi tanpa keberanian dan pendidikan maka wirausaha tidak akan berhasil, sebaliknya pendidikan dan keberanian tanpa keberanian maka wirausaha tidak akan berhasil. Ditambah oleh (Muhammad Thohir, Yoyok Soesatyo, n.d.) bahwa “bakat wirausaha tumbuh dan berkembang berkat ilmu”. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo berusaha melakukan upaya yang sama untuk meningkatkan penguasaan literasi mahasiswa itu sendiri. Mengingat kemampuan kewirausahaan mahasiswa masih kurang, hal ini ditunjukkan dengan cara berpikir mahasiswa tentang kewirausahaan tidak berubah.

Kewirausahaan dapat menginspirasi keberhasilan terutama di era globalisasi dan informasi, karena kriteria pasar yang dicari adalah lulusan perguruan tinggi yang berjiwa wirausaha (Nurhayati, 2020). Akibat krisis ekonomi, jumlah lapangan kerja tidak bertambah bahkan berkurang akibat kebangkrutan tersebut. Hal ini menuntut lulusan untuk berperan sebagai pencari kerja tetapi juga sebagai pencipta lapangan kerja. Seorang pengusaha harus memiliki pemikiran seseorang yang dapat melihat masa depan. Melihat ke masa depan bukanlah mimpi yang tidak jelas, tetapi sebuah visi, pemikiran yang diperhitungkan, pencarian alternatif dari berbagai masalah dan alternatif.

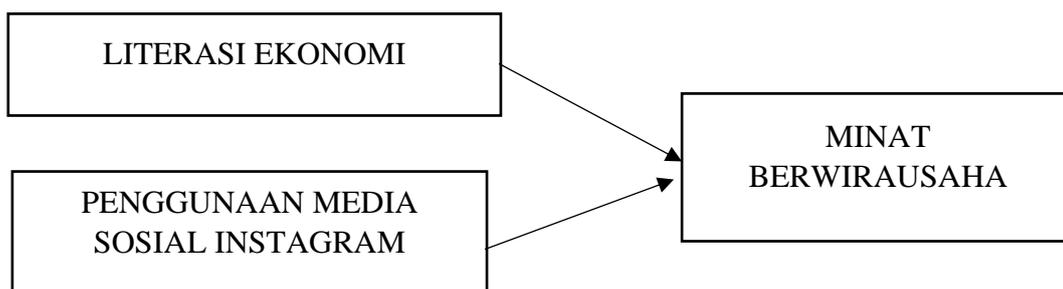
Senada dengan (Alfaruk, 2017) bahwa “bakat seorang wirausaha tumbuh dan berkembang berkat ilmu”. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo mencoba melakukan upaya yang sama untuk menambah wawasan bagi mahasiswa. Mengingat kemampuan

kewirausahaan siswa masih kurang, hal ini menunjukkan bahwa pandangan siswa tentang kewirausahaan tidak berubah.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi dan penggunaan media sosial Instagram menentukan minat berwirausaha. Dengan pemahaman yang baik tentang literasi ekonomi dan pengalaman menggunakan media sosial Instagram, para mahasiswa ini akan mengembangkan minat berwirausaha dalam kehidupan mereka.

Berdasarkan uraian di atas, kerangka konseptual penelitian ini disusun sebagai berikut:

Gambar 1 Kerangka Konseptual Penelitian



METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: 1. Data primer adalah informasi asli yang dikumpulkan langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner kepada responden digunakan sebagai informasi dasar, selain itu peneliti menggunakan wawancara untuk mengumpulkan informasi. 2. Data sekunder adalah data yang berisi informasi tentang teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Peneliti mengumpulkan data sekunder dari buku, jurnal, penelitian sebelumnya dan internet. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis statistik regresi berganda untuk menguji variabel penelitian. Populasi penelitian ini adalah 70. Sampel yang digunakan adalah 59,5 dibulatkan menjadi 60 dengan menggunakan metode pengambilan sampel Slovin dengan margin of error 5%. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simple random sampling, dimana metode pengambilan sampel memberikan kesempatan yang sama bagi semua kelompok populasi dan pemilihan anggota “populasi sampel” bebas. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan data penelitian dengan kuesioner yang disebarluaskan melalui media sosial *Google Form*. Kuesioner ini dibagikan kepada mahasiswa yang ada di kota Palopo untuk mengumpulkan informasi tentang bagaimana literasi ekonomi dan penggunaan media sosial Instagram mempengaruhi minat berwirausaha. Selain itu, hasil pengolahan aplikasi SPSS, data yang diperoleh dengan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji parsial dan uji simultan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS mengenai pengaruh literasi ekonomi dan penggunaan media sosial Instagram terhadap minat berwirausaha dapat dilihat pada tabel berikut.

Table 1. Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,971	11,753		,253	,806
1 LITERASI EKONOMI	,212	,214	,213	,992	,347
PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL IG	,864	,251	,740	3,441	,007

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRUSAHA

b. Sumber : data diolah SPSS, 2022

Variabel Literasi Ekonomi (X1) dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,212 menunjukkan T hitung (0,992) < T-tabel (2,288) dibandingkan nilai signifikan literasi ekonomi 0,347 lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Maka, variabel Literasi Ekonomi (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y) Mahasiswa dikota Palopo. Sedangkan Variabel penggunaan media sosial instagram (X2) dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,864 menunjukkan T hitung (3,441) > T-tabel (2,288), dibandingkan nilai signifikan penggunaan media sosial instagram 0,007 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Maka, variabel penggunaan media sosial instagram secara parsial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dikota Palopo.

Table 2. Uji Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	561,321	2	280,660	23,978	,000 ^b
Residual	105,346	9	11,705		
Total	666,667	11			

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRUSAHA

b. Predictors: (Constant), PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL IG, LITERASI EKONOMI

c. Sumber : data diolah SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat nilai F hitung dan nilai signifikan yang diperoleh secara bersama-sama. Untuk menyimpulkan apakah menerima atau menolak H₀, terlebih dahulu perlu ditentukan nilai tabel F yang akan digunakan. Nilai ini bergantung pada derajat kebebasan (df) dan tingkat signifikansi yang digunakan. Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai F tabel sebesar 3,71. Jika kedua nilai ini dibandingkan maka nilai F hitung sebesar 23,978 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,71. Sedangkan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan variabel bebas (literasi ekonomi dan penggunaan media sosial Instagram) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (minat berwirausaha).

Pembahasan

Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan analisis data diatas literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa di kota Palopo. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel literasi ekonomi menunjukkan bahwa siswa setuju bahwa pemahaman literasi ekonomi dapat meningkatkan minat memulai usaha. Dengan memahami Financial Literacy, mahasiswa menguasai peran wirausaha dengan pendidikan umum dan mahasiswa mengetahui bagaimana menggunakan pendapatannya untuk kebutuhan pribadi dan pengembangan usaha. Kelengkapan Dari seluruh indikator variabel literasi ekonomi dengan skor tertinggi, hasil pengisian survei adalah indikator yang termasuk dalam kuesioner “Manajemen peran wirausaha dan distribusi pendapatan pribadi” dan “Kemampuan menganalisis penawaran dan penawaran perubahan.”. Pertanyaan." "Nilai rendah. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa belum mengetahui bagaimana menganalisis perubahan penawaran dan permintaan, namun kemampuan mengelola peran kewirausahaan dan distribusi pendapatan yang tinggi berarti mahasiswa memiliki keterampilan yang baik dalam manajemen pendapatan dan distribusi pendapatan di bidangnya. melaporkan bahwa beberapa siswa menggunakan keuntungan untuk memulai bisnis atau memulai bisnis mereka sendiri. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sahroh, 2018)) Menurut penelitiannya, literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Efek positif penggunaan media sosial Instagram menunjukkan bahwa semakin banyak siswa menggunakan media sosial Instagram, semakin besar minat mereka untuk berwirausaha. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kompetensi digital siswa sesuai dengan kemampuan menggunakan media sosial Instagram untuk meningkatkan minat berwirausaha, dengan bantuan media sosial Instagram siswa mengetahui bagaimana memanfaatkan kemungkinan pencarian internet secara bijak. . dapat, dengan literasi digital siswa juga dapat belajar bagaimana mendapatkan informasi dalam bentuk hypertext dan cara kerjanya, serta berbagai fitur website yang berbeda siswa dapat mengevaluasi layar konten informasi dan keterampilan membaca FAQ di website, menganalisis, juga membedakan. Terakhir, media sosial Instagram memungkinkan siswa untuk menginformasikan, mengulas, dan menggunakan semua jenis media dan mengumpulkan informasi tentang berita bisnis yang mereka terima. Penyempurnaan hasil survey untuk semua indikator penggunaan variabel media sosial Instagram, dengan indikator “media sosial Instagram” mendapatkan skor tertinggi yaitu pada kategori “sangat tinggi”, dan indikator perkembangan literasi pada “ kategori tinggi”. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mengakses Instagram untuk mendapatkan informasi yang digunakan sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan dan diperkirakan mahasiswa mampu mengekstrak ide pokok dari pengetahuan kewirausahaan yang ditemukan untuk menginformasikan, mengulas dan menggabungkan untuk menciptakan wawasan baru. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan

oleh (Kahyangan et al., 2022) Menurut penelitiannya, literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Literasi Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial Instagram Secara Bersama-Sama Terhadap Minat Berwirausaha

Literasi ekonomi dan penggunaan media sosial Instagram memiliki dampak positif langsung pada kewirausahaan. Literasi ekonomi (kemampuan mengelola peran wirausaha, menargetkan pendapatan, dan menganalisis perubahan penawaran dan permintaan) dapat diturunkan dari wawasan ini, dan penggunaan media sosial berdampak positif pada kewirausahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan apa yang disajikan (Muhammad Thohir, Yoyok Soesatyo, n.d.) Pengaruh Status Sosial Ekonomi, Literasi Ekonomi dan Kepercayaan Orang Tua terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMP Negeri di Kecamatan Tenggilis Mejoyo Surabaya. Literasi ekonomi adalah kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi dan menggunakan konsep ekonomi dan pola pikir ekonomi untuk terus meningkatkan dan mencapai kekayaan. Yakni, temuan peneliti ini adalah literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan antara kepercayaan diri dengan minat berwirausaha. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sahroh, 2018)“ pengaruh literasi ekonomi dan luas penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha siswa, sejauh mana media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha siswa, literasi ekonomi dan penggunaan media sosial Instagram secara bersamaan. dampak yang signifikan. Dampak terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan dapat diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 60 anggota sampel penelitian tentang pengaruh literasi ekonomi, dapat ditarik kesimpulan mengenai pemanfaatan media sosial Instagram dalam bisnis: 1) Literasi ekonomi tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap bisnis; 2) Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan penting sebagian bagi kepentingan dunia usaha; 3) dari hasil pengujian uji-F menetapkan variabel bebas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat berwirausaha. Hasil survey menunjukkan bahwa minat mahasiswa terhadap dunia usaha cukup tinggi. Kepentingan perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal secara bersama-sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruk, M. H. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 164. <https://doi.org/10.26740/jepk.v4n2.p164-172>
- Kahyangan, A. R., Utomo, S. W., & Wihartanti, L. V. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi, Sosial Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kecenderungan Berwirausaha Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 10(1), 33. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v10i1.11921>
- LINDA RACHMONA ZULATSARI, M., & SOESATYO, Y. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada

- Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3), 157–160.
- Muhammad Thohir, Yoyok Soesatyo, H. (n.d.). *PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA, LITERASI EKONOMI DAN PERCAYA DIRI TERHADAP MINAT WIRAUUSAHA SISWA SMP NEGERI DI KECAMATAN TENGGILIS MEJOYO SURABAYA*. 4(2), 149–163. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Nurhayati, A. (2020). Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 87–94. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.141>
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3), 208–215.
- Salsabila, F. (2009). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food di Pasar Segar Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Dan. Kewirausahaan*, 10(2), 93–104.