

PENGARUH EKSPEKTASI PENDAPATAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

Hikmatullila¹, Retno Mustika Dewi²
Universitas Negeri Surabaya^{1,2}
hikmatullila.20036@mhs.unesa.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial berdampak pada minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Negeri Surabaya yang terdaftar dalam Program Studi Pendidikan Ekonomi. Pengambilan sampel non-probabilitas yang dikombinasikan dengan *purposive sampling* adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini meliputi 62 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi sebagai responden. Analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS 22 *for windows*, merupakan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini. Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya dipengaruhi secara signifikan baik oleh variabel ekspektasi pendapatan maupun variabel penggunaan media sosial.

Kata kunci: Minat Berwirausaha, Ekspektasi Pendapatan, Media Sosial

ABSTRACT

The aim of this research is to find out how income expectations and use of social media impact interest in entrepreneurship among Surabaya State University students enrolled in the Economic Education Study Program. Non-probability sampling combined with purposive sampling is the method used in this research. This research included 62 students from the Economic Education Study Program as respondents. Multiple regression analysis with the help of the SPSS 22 for windows program is the methodology used in this research. The research findings show that partially and simultaneously, the entrepreneurial interest of students in the Economic Education Study Program, Surabaya State University is significantly influenced by both income expectation variables and social media use variables.

Keywords: *Entrepreneurship Interest, Income Expectation, Social Media*

PENDAHULUAN

Salah satu negara dengan jumlah penduduk yang besar adalah Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) memproyeksikan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2022 adalah 275,77 juta jiwa. Hal ini menunjukkan jumlah penduduk Indonesia mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 272,68 juta jiwa (BPS, 2023). Namun banyaknya jumlah orang yang tinggal di Indonesia dapat menyebabkan berbagai masalah perekonomian, seperti pengangguran dan kemiskinan. Kemiskinan dan pengangguran terus menjadi permasalahan serius bagi masyarakat Indonesia baik saat ini maupun di

masa depan. Jumlah pengangguran tidak kunjung menurun dan terus meningkat selama beberapa dekade.

Pengangguran berasal dari berbagai tingkatan pendidikan di Indonesia. Hingga Agustus 2022, ada 8,42 juta orang di Indonesia yang tidak memiliki pekerjaan, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Menurut pencapaian pendidikan, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki tingkat pengangguran tertinggi 9,4%, disusul Sekolah Menengah Atas 8,57%, Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 5,95%, Diploma sebanyak 4,59%, Sarjana sebanyak 4,80%, dan Sekolah Dasar (SD) ke bawah sebanyak 3,59%. Dengan demikian, hampir 9% individu yang lulus dari perguruan tinggi mengalami pengangguran. Menurut data yang diperoleh dari BPS, dapat diartikan minat mahasiswa untuk berwirausaha masih kurang.

Berwirausaha merupakan upaya individu untuk membuat peluang kerja mandiri, baik dengan mendirikan bisnis atau mengembangkan inovasi baru, dengan tujuan meningkatkan perekonomian diri mereka sendiri dan masyarakat secara lebih luas. Wirausaha didefinisikan sebagai seorang yang memiliki kepercayaan diri untuk mengambil risiko atau pola pikir mandiri dan keberanian untuk meluncurkan bisnis tanpa menyerah pada rasa takut atau khawatir meskipun keadaannya tidak jelas (Prodi *et al.*, 2022). Seseorang harus memiliki minat berwirausaha untuk memulai sebuah usaha. Jika seseorang menyukai kegiatan wirausaha, mereka dapat terlibat didalamnya. Faktor yang menunjukkan minat seseorang dalam berwirausaha adalah etos kerjanya, kegigihannya dalam membangun usaha yang memungkinkan pertumbuhan, dan kesediaan untuk mengambil risiko apapun yang mungkin terjadi selama menjalankan bisnisnya (Dan & Terhadap, 2021).

Menurut Ariyanti (2018), minat berwirausaha didefinisikan sebagai dorongan, minat, dan kesiapan seseorang untuk melakukan pekerjaan serius dan konsisten dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa mengabaikan kemungkinan risiko. Seorang individu dengan minat kewirausahaan adalah seseorang yang mengatur, mengambil risiko yang diperhitungkan, dan mengembangkan perusahaan yang mereka bangun (Aini & Oktafani, 2020). Berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, dan kesiapan dalam bekerja dengan tekun dan berkomitmen sungguh-sungguh, dengan berfokus pada upaya mencapai kebutuhan hidupnya tanpa takut menghadapi risiko yang mungkin timbul (Ariyanti, 2018). Minat berwirausaha tercermin dari keinginan untuk bekerja keras demi meraih keberhasilan, keberanian dalam menghadapi risiko dan setiap pilihan yang diambil, kesiapan untuk mencoba jalur dan metode baru, kemauan untuk mengadopsi gaya hidup hemat, dan ketertarikan untuk memetik pembelajaran dari setiap pengalaman yang telah dialami (Mediatrix & Sari, 2017). Faktor ekstrinsik dan intrinsik adalah dua komponen utama yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Faktor intrinsik mencakup aspek psikologis, penghasilan, motivasi mengenai tujuan hidup, serta harga diri. Selain itu, faktor ekstrinsik mencakup dorongan yang diberikan oleh keluarga, pengaruh lingkungan sekitar, peluang yang tersedia, dan tingkat pendidikan serta pengetahuan (Dan & Terhadap, 2021).

Memulai sebuah perusahaan atau menjadi wirausaha membutuhkan modal, dan kemampuan memperoleh modal dengan cepat dan lancar dapat membangkitkan minat seseorang dalam mendirikan sebuah usaha. Sebaliknya, jika seseorang tidak memiliki modal, ini akan membuatnya menghadapi hambatan yang lebih besar dalam mewujudkan ide-ide berwirausaha atau memulai usaha. Kurniati Dewi (2015), mengungkapkan bahwa dorongan untuk memperoleh pendapatan dapat memicu minat seseorang untuk mendirikan usahanya sendiri (Satyantoro *et al.*, 2021). Salah satu motivasi seorang pengusaha untuk terjun ke dunia wirausaha adalah karena terdapat kemungkinan memperoleh penghasilan semakin banyak diperbandingkan bekerja untuk perusahaan dan pegawai negeri (Sari, 2017). Pendapatan adalah hasil yang dihasilkan oleh seseorang yang baik dalam bentuk uang ataupun barang. Profit di dunia bisnis merujuk pada jumlah uang yang diperoleh oleh sebuah perusahaan sebagai hasil dari operasinya, yang pada umumnya dihasilkan dari menjual produk dan/atau jasa kepada konsumen (Dian, 2024). Ekspektasi pendapatan merupakan cita-cita individu terhadap profit yang mereka peroleh (Dan & Terhadap, 2021). Ekspektasi atau cita-cita terkait pendapatan yang lebih menguntungkan berdampak pada minat seseorang untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Ketika seseorang berharap dapat mencapai laba yang lebih tinggi melalui kegiatan berwirausaha, maka minat untuk melakukan atau menjalankan usaha akan semakin meningkat (Putri, 2019). Menurut Utami (2017), semakin besar ekspektasi seseorang pada potensi pendapatan yang bisa diperoleh dari menjalankan usaha, semakin besar pula minat individu untuk terlibat berwirausaha.

Ekspektasi pendapatan dapat berpengaruh dengan penggunaan media sosial bagi mereka yang akan memulai usaha ataupun yang sudah menjalankan usaha. Penggunaan media sosial memiliki peran penting dalam membangun kesadaran, mengembangkan merek, dan mempromosikan hasil buatan seperti barang ataupun jasa yang diberikan pebisnis kepada pengguna media sosial lainnya. Apabila seseorang memiliki ekspektasi pendapatan yang tinggi, mereka akan cenderung memanfaatkan media sosial dengan lebih aktif dan strategis sebagai alat pemasaran. Menggunakan aplikasi media sosial seperti tiktok, instagram, whatsapp dan aplikasi lainnya yang tidak jarang ditemukan seorang pengusaha dapat menemukan pelanggan dengan jangkauan yang lebih luas dan dapat menemukan ide-ide baru sehingga dapat mengembangkan ide bisnisnya (Cahayani *et al.*, 2022). Dampak keberadaan media sosial, individu secara gampang terhubung, berbagi penjelasan, dan berinteraksi secara *online*. Cahyani (2022), menjelaskan definisi media sosial yaitu sekumpulan aplikasi berbasis internet yang dikembangkan berdasarkan ideolog dan teknologi web. Sebagai generasi muda yang berpengetahuan mengenai teknologi dan informasi, mahasiswa diharapkan dapat menggunakan kemajuan teknologi, terutama media sosial karena perkembangan media sosial dapat mempengaruhi cara berpikir mahasiswa untuk berwirausaha (Tangkeallo & Tangdialla, 2021).

Pemakaian media sosial sudah tidak asing di seluruh kalangan, terutama anak muda yang mayoritas memiliki keahlian dalam bidang teknologi. Menurut informasi dari *We Are Social* yang diambil dari dataindonesia.id, di bulan Januari 2023 jumlah penduduk Indonesia yang aktif bermedia sosial berjumlah 167.000.000 jiwa atau setara 60,4% dari

keseluruhan penduduk di Indonesia. Dapat dilihat dari data tersebut bahwa mayoritas penduduk Indonesia sebagai pengguna media sosial. Maka dari itu, seharusnya dapat menjadi peluang besar bagi seseorang untuk berwirausaha. Sebagai generasi muda yang berpengetahuan mengenai teknologi dan informasi, mahasiswa diharapkan dapat menggunakan kemajuan teknologi, khususnya media sosial karena evolusi media sosial dapat mengubah cara berpikir mahasiswa terkait wirausaha (Tangkeallo & Tangdialla, 2021).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diciptakan dari perluasan dan perbaikan *Reason Action Theory* oleh Fishben dan Ajzen tahun 1975. Ajzen dan Fishben (1991) dalam Sukmaningrum (2017), menerangkan bahwa intensi dalam teori ini adalah dimensi subjektivitas individu yang berkaitan atas hubungan antara seseorang dan tindakan yang akan dilakukan. Teori ini memfokuskan pada intensi diri sendiri untuk melaksanakan sebuah tindakan. Intensi dianggap sebagai indikator seberapa besar individu bersedia berusaha untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku. Intensi atau niat dalam konteks ini dipandang sebagai pengukuran sejauh mana upaya individu untuk melaksanakan tindakan tersebut. Berdasarkan Ajzen, *theory of planned behavior* menyebutkan, ada tiga faktor pembentuk intensi (niat), yakni:

1. Sikap Berperilaku

Sikap adalah kemampuan untuk menentukan apa yang disukai atau tidak disukai dalam suatu subjek atau penelitian. Seseorang percaya bahwa sikap adalah komponen penting yang mengurangi kemungkinan seseorang untuk terlibat dalam kegiatan berbahaya. Cara seseorang melihat keyakinan mempengaruhi sikap tertentu sebagai akibat dari tindakan. Cara pandang terhadap perilaku dipercaya memiliki pengaruh pada keinginan seseorang berperilaku, yang selanjutnya terhubung pada norma subjektif (Felya & Budiono, 2020). Ajzen menyatakan bahwa pandangan terhadap sikap ini dibahas dengan keyakinan mengenai hasil suatu perilaku tertentu, yang disebut dengan perilaku keyakinan secara singkat.

2. Norma Subjektif

Norma subjektif merujuk pada paham seseorang atas ambisi yang bersumber dari orang-orang yang memiliki pengaruh signifikan dalam kehidupan mereka, yang berkaitan dengan pelaksanaan atau penghindaran perilaku tertentu. Pandangan ini bersifat pribadi dan dapat disebut sebagai dimensi norma subjektif karena bersifat subjektif. Norma subjektif dalam teori perilaku terencana, dipengaruhi keberadaan kepercayaan normatif dan dorongan akan patuh. *Normative belief* merujuk pada keyakinan seseorang tentang setuju atau tidaknya individu atau kelompok tertentu terhadap pelaksanaan suatu perilaku. Kelompok atau individu yang memiliki pengaruh pada individu tersebut disebut sebagai *reference*, yang dapat mencakup keluarga, pasangan, sahabat, kolega, dan lain-lain, terkait atas tindakan yang sedang dibahas. Norma subjektif bukan terkait dengan keyakinan normative saja yang didukung *reference*, melainkan serta melibatkan

kekukuhan atau pengaruh antar *reference* kepada perseorangan, serta sejauh mana perseorangan bersedia menuruti pandangan *reference* (Yang *et al.*, 2022).

3. Persepsi Pengendalian Perilaku

Persepsi pengendalian perilaku mencerminkan sejauh mana tindakan dianggap mudah atau sulit untuk dilakukan. Individu menjadi lebih yakin atas tindakan yang diambil apabila memiliki pengendalian perilaku yang kukuh. Misalnya pada konteks minat berwirausaha, jika individu mempunyai keyakinan kuat dalam kemampuannya untuk mengatasi tantangan dan risiko tanpa keraguan, maka keinginan dan keyakinannya untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha akan semakin semangat (Maullah & Rofiuddin, 2021). Ajzen menerangkan, persepsi pengendalian perilaku dipengaruhi oleh keyakinan individu terkait ketersediaan sumber daya, seperti alat-alat, kapasitas, kecakapan, serta peluang (kekuatan keyakinan *control*). Sumber daya ini dapat meningkatkan ataupun mengurangi tindakan yang diperkirakan, serta tingkat keterlibatannya (kekuatan faktor pengendalian) dalam mewujudkan perilaku tersebut.

Dipilihnya teori ini menjadi teori utama dikarenakan Ajzen (1991) mengungkapkan bahwa semua perilaku yang membutuhkan perencanaan, seperti kewirausahaan, dapat dijelaskan dengan teori perilaku terencana. Sama halnya seperti observasi dari Ilmaniati (2017), ditunjukkan mengenai minat berwirausaha yang dominan dipengaruhi oleh ekspektasi pendapatan. Hasil studi Reni Hariyani (2020), tentang penggunaan media sosial menyatakan bahwa penggunaan media sosial tidak mempengaruhi minat mahasiswa Akademi Sekretari Budi Luhur untuk berwirausaha. Berbanding terbalik dengan hasil studi Ni Luh Putu Cahyani (2022), yang menunjukkan berdasarkan penelitiannya, minat berwirausaha mahasiswa FKIP Prodi Pendidikan Ekonomi dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian ini untuk memahami bagaimana ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial berpengaruh kepada minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. *Instrument* penelitian ini digunakan untuk memperoleh data, penelitian ini mengamati populasi tertentu atau sampel. Pada penelitian ini analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif, yang bertujuan untuk menganalisis datadengan memberikan gambaran dan penjelasan. Jenis data interval digunakan dalam penelitian ini. Data interval didapatkan dengan memanfaatkan *skala likert*. Data akan diperoleh melalui jawaban mahasiswa sebagai subjek penelitian secara langsung tanpa perantara pihak lainnya, sehingga data primer dimanfaatkan untuk penelitian.

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya merupakan populasi yang digunakan dalam penelitian. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode pengambilan sampel jenuh. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi

Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya tahun 2020 dengan jumlah 62 orang. Karena sampel pada penelitian ini terbatas pada orang-orang yang dapat memberi informasi secara relevan, teknik pengambilan sampel *non-probability* dan *purposive* digunakan. Analisis regresi berganda digunakan sebagai metode analisis, tujuannya yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya variabel ekspektasi pendapatan (X1) dan variabel penggunaan media sosial (X2) terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Analisis dari penelitian ini dibantu melalui program SPSS 22 *for window*.

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Hasil

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dilaksanakan untuk membenarkan bahwa setiap pernyataan jelas dengan menggunakan variabel yang telah diidentifikasi. Pada pengujian menggunakan SPSS dihasilkan semua poin kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasi [sig. (2-tailed)], lebih rendah daripada tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Cronbach's alpha dihitung untuk masing-masing instrumen dalam variabel dengan tujuan menunjukkan reliabilitas. Instrumen yang digunakan dianggap reliabel (dapat diandalkan) apabila nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6. Uji reliabilitas pada variabel ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial mempunyai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6 yaitu 0,912 yang ditunjukkan pada Tabel 2. Oleh karena itu, hasil kuisisioner menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi, yang menunjukkan bahwa data kuisisioner dapat dipercaya atau reliabel.

Tabel 1. Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	30

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel independen yaitu ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial terhadap variabel dependen minat wirausaha mahasiswa ditentukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian reliabilitas koefisien determinasi dilakukan untuk menunjukkan besarnya korelasi yang ada antara variabel independen dan variabel dependen yang dapat menjelaskan variabel dependen, yang tercantum pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.402	.381	5.010

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Berdasarkan tabel 2 diatas, kedua variabel bebas yaitu ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial berpengaruh dan dapat menerangkan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020 sebesar (R) 0,634. Dengan mengkuadratkan tingkat determinasi sebesar 0,402, ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas memberikan kontribusi sebesar 40,2% terhadap variabel terikat, sedangkan variabel tambahan yang tidak termasuk dalam model memberikan kontribusi 49,8%.

3. Uji t

Tabel 3. Hasil Uji Statistik

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.352	6.007		4.221	.000
	TOTAL_X1	.781	.225	.425	3.469	.001
	TOTAL_X2	.465	.199	.287	2.343	.023

Berdasarkan hasil dari uji t diatas diketahui signifikansi variabel ekspektasi pendapatan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas ekspektasi pendapatan terhadap variabel terikat minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020. Apabila koefisien variabel sebesar 0,781, ini menunjukkan pengaruh yang positif. Variabel penggunaan media sosial dapat dilihat nilai signifikansi uji t sebesar 0,023 yang lebih rendah dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas penggunaan media sosial terhadap variabel terikat minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020. Dimana nilai koefisien variabel ini sebesar 0,465 yang berarti memberi pengaruh positif atau meningkat.

Model persamaan garis liniernya dapat dirumuskan sebagai $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, dengan keterangan Y merupakan variabel dependen yaitu minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020, sedangkan X1 dan X2 yang merupakan variabel independen yaitu ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial. Dapat dilihat dari tabel diatas, nilai *constant*-nya adalah 25,352 dan nilai 0,781 pada variabel ekspektasi pendapatan dan 0,465 pada variabel penggunaan media sosial. Dengan demikian, persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 25,352 + 0,781X_1 + 0,465X_2$$

Berdasarkan kedua variabel independen dapat dilihat dari koefisiennya berpengaruh positif terhadap meningkatnya minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020, dengan

kontribusi variabel ekspektasi pendapatan lebih besar daripada variabel penggunaan media sosial.

4. Uji F

Nilai r hitung harus dibandingkan dengan r tabel atau diamati probabilitasnya untuk menentukan apakah itu signifikan. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel atau nilai probabilitas kurang dari taraf kesalahan (0,05), maka korelasi dianggap signifikan.

Tabel 4. Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	994.279	2	497.139	19.808	.000 ^b
	Residual	1480.770	59	25.098		
	Total	2475.048	61			

Nilai F hitung sebesar 19,808 dan signifikansi uji- F sebesar 0,000 ditunjukkan dalam tabel diatas. Hal itu dapat diartikan bahwa variabel independen berupa ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, yaitu minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020, secara simultan atau bersamaan karena nilai signifikansi uji yang lebih kecil daripada α (0,05).

Pembahasan

1. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Angkatan 2020

Berdasarkan hasil pengolahan data oleh SPSS menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial dari 62 sampel Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020 diperoleh hasil yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi bahwa setiap variabel bebas memberikan pengaruh sebesar 40,2% terhadap minat berwirausaha, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil perhitungan oleh F hitung yaitu nilai F hitung sebesar 19,808 dengan signifikansi uji- F = 0,000. Hasil tersebut selaras dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa ada tiga faktor yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku. Dengan ketiga faktor tersebut seseorang dapat semakin berminat pada wirausaha yang diperoleh dari ekspektasi pendapatan individu dan penggunaan media sosial oleh individu.

2. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Angkatan 2020

Berdasarkan hasil pengolahan data oleh SPSS menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha dari 62 sampel Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020 diperoleh hasil yang signifikan, dengan hasil perhitungan nilai signifikansi sebesar 0,001 kurang dari 0,05, dimana nilai koefisien variabel ini sebesar 0,781 yang berarti memberi pengaruh positif atau meningkat. Hal itu berarti dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi ekspektasi pendapatan mahasiswa maka semakin meningkat minat berwirausaha mahasiswa.

3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Angkatan 2020

Berdasarkan hasil pengolahan data oleh SPSS menunjukkan bahwa penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha dari 62 sampel Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020 diperoleh hasil yang signifikan. Dengan hasil perhitungan nilai signifikansi sebesar 0,023 kurang dari 0,05, dimana nilai koefisien variabel ini sebesar 0,465 yang berarti memberi pengaruh positif atau meningkat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial yang positif dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dan secara simultan terhadap meningkatnya minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020.
2. Terdapat pengaruh dari variabel ekspektasi pendapatan terhadap variabel Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020. Artinya, mahasiswa akan semakin berminat untuk memulai berwirausaha apabila berwirausaha dapat meningkatkan pendapatannya dibandingkan bekerja dengan orang lain.
3. Terdapat pengaruh dari variabel bebas penggunaan media sosial terhadap variabel minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020. Artinya, media sosial akan digunakan dan dimanfaatkan lebih baik lagi, seperti untuk mencari referensi wirausaha ataupun mempromosikan wirausaha. Sehingga media sosial tidak hanya digunakan untuk bertukar informasi dan berkomunikasi saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., & Oktafani, F. 2020. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 17, No. 2, hal: 151–159. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3845>.
- Ariyanti, A. 2018. Pengaruh Motivasi dan Mental Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol. 20, No. 2, hal: 95. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i2.199>.
- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, No. 2, hal: 179-211.
- Cahayani, N. L. P., Westra, I. K., Ariyati, N. M., Netriani, N. K., & Sau, T. S. B. 2022. Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 14, No, 1, hal: 96–102. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i1.47117>.
- Dan, P., & Terhadap, M. 2021. *Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Ekspektasi Pendapatan dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha*. Vol. VIII, No. 3, hal: 67–78.
- Felya, F., & Budiono, H. 2020. Pengaruh Theory Of Planned Behavior terhadap Minat Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 1, hal: 131. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7453>.
- Hariyani, R., & Wibowo, A. 2020. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis terhadap Minat Berwirausaha. *Seminar Nasional Dinamika Informatika 2020 Universitas PGRI Yogyakarta*, Vol. 4, No. 1, hal: 112–118. <http://prosiding.senadi.upy.ac.id/index.php/senadi/article/view/137/129>.
- Ilmaniati, A., & Musihudin, M. 2017. Pengaruh Efikasi Diri dan Ekspektasi Pendapatan, terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK (SMK Al-Madina). *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*, Vol. 1, No. 6, hal: 41. <https://doi.org/10.35194/jmtsi.v1i0.59>.
- Maullah, S., & Rofiuddin, M. 2021. Mengukur Minat Berwirausaha dengan Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior dan Religiusitas. *Journal of Management and Digital Business*, Vol. 1, No. 2, hal: 105–121. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.49>.
- Mediatrix, M., & Sari, R. 2017. *Pengaruh Motivasi Internal dan Motivasi Eksternal Made Ayu Pratiwi Utami I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia ABSTRAK PENDAHULUAN Jumlah pen.* Vol. 20, hal: 758–787.
- Motivasi, P., Keluarga, L., Ekspektasi, D. A. N., & Septianti, D. 2024. *(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG)*. Vol. 7, No. 3, hal: 1–7.
- Prodi, P., Ekonomi, P., Mulawarman, U., Mulawarman, U., & Mulawarman, U. 2022. *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulwarman*. Vol. 1, hal: 1–10.
- Putri, J. P. 2019. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2015 Institut Agama Islam Negeri Metro). *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part J: Journal of Engineering Tribology*, Vol. 224, No, 11, hal: 122–130.

- Sari, P. P. 2017. *Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, dan Norma Subyektif terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Angkatan 2013-2014)*, Vol. 7, hal: 1–16.
- Satyantoro, I. P., Andayani, E., & Walipah. 2021. Efikasi Diri, Pendidikan Kewirausahaan dan Ekspektasi Pendapatan: Pengaruh terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, Vol. 6, No. 1, hal: 78–86. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v6i1.5324>.
- Sukmaningrum, S., & Rahardjo, M. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory of Planned Behavior. *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 6, No. 3, hal: 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. 2021. Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, Vol. 4, No. 1, hal: 74. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15964>.
- Yang, F.-F., Minat, M., Dengan, B., Theory, P., Medan, S. T., Sitompul, P., Silalahi, E., Ritonga, S., Fakultas, D., Prodi, E., & Unika, M. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha dengan Pendekatan Theory Planned of Behaviour. (*Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan*). 22 (September), hal: 289–313. http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi.