

Dampak Kemampuan Melihat Peluang Usaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa: Peran Literasi Media Sosial

HADIYATI¹; FATKHURAHMAN^{2*}

Universitas Lancang Kuning

Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581

*E-mail : fatkhurrahman@unilak.ac.id (korespondensi)

Abstract: The low level of creative ideas that students have when proposing ideas for advanced entrepreneurial practices, where 85% of students propose ideas with existing types of businesses, this certainly shows that students' interest in entrepreneurship is still low. Of course, there are many factors that influence this, in this research according to the dynamics of information technology development, whether through social media literacy that students have will be able to increase their ability to see business opportunities and what impact this will have on students' entrepreneurial interest. The method used is survey research with a quantitative approach. Data was collected from a population of 267 students taking advanced entrepreneurship courses odd 2023-2024 in the management study program with a sample of 161 people taken using proportional random sampling technique. Data collection using online questionnaires and data analysis techniques using quantitative analysis techniques with SEM analysis tools using the WarpPLS application. Based on research results, it is proven that the influence of the ability to see business opportunities has a positive and significant effect on students' entrepreneurial interest, as well as on social media literacy. There is also a positive and significant influence of social media literacy on students' entrepreneurial interest. Indirectly, the influence of the ability to see business opportunities on interest in entrepreneurship through social literacy as a positive and significant moderating variable.

Keywords: Ability to see opportunities; Social Media Literacy; Interest in Entrepreneurship

Wirausaha mahasiswa merujuk pada kegiatan kewirausahaan yang dilakukan oleh mahasiswa, yaitu mereka yang sedang mengejar pendidikan tinggi di perguruan tinggi atau universitas. Wirausaha mahasiswa merupakan suatu bentuk pengembangan potensi dan kemampuan kewirausahaan di kalangan generasi muda. Ini adalah salah satu cara bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan, belajar tentang bisnis, dan menciptakan peluang ekonomi sambil masih mengejar pendidikan mereka.

Minat berwirausaha memiliki berbagai kepentingan yang signifikan, baik bagi individu maupun masyarakat secara keseluruhan, antara lain dalam hal penciptaan lapangan kerja, wirausaha menciptakan lapangan kerja baru. Ketika seseorang memulai bisnisnya sendiri, ia sering mempekerjakan orang lain, yang pada gilirannya mengurangi tingkat

pengangguran dan meningkatkan pendapatan individu dan keluarga. Kemudian adanya inovasi, wirausaha sering kali mendorong inovasi. Mereka menciptakan produk dan layanan baru, mengembangkan solusi kreatif untuk masalah, dan memajukan teknologi. Inovasi ini tidak hanya bermanfaat bagi bisnis mereka sendiri, tetapi juga untuk masyarakat luas. Juga mampu meningkatkan daya saing, wirausaha dapat membantu meningkatkan daya saing suatu negara dalam pasar global. Mereka memperkenalkan produk dan layanan baru yang dapat bersaing di tingkat internasional. Serta mandiri, berwirausaha memberikan individu kontrol atas masa depan mereka sendiri. Mereka tidak tergantung pada pekerjaan atau perusahaan lain untuk mencari nafkah. Ini dapat meningkatkan rasa mandiri dan kepercayaan diri. Dan ini menjadi peluang

bagi semua orang, wirausaha tidak terbatas pada kelompok tertentu. Siapa pun, terlepas dari latar belakang, usia, atau pendidikan, memiliki peluang untuk menjadi wirausaha.

Dari hasil pra survey yang dilakukan kepada mahasiswa masih rendahnya ide kreatif yang dimiliki mahasiswa pada saat mengusulkan ide praktek kewirausahaan lanjutan, dimana 85% mahasiswa mengajukan ide dengan jenis usaha yang sudah ada, bahwa minat berwirausaha mahasiswa yang masih rendah. Tentunya banyak faktor yang mempengaruhinya, dalam penelitian ini sesuai dengan dinamika perkembangan teknologi informasi, apakah melalui literasi media sosial yang dimiliki mahasiswa akan mampu meningkatkan kemampuannya melihat peluang usaha dan bagaimana dampaknya terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Hasil penelitian (Sukarni & Sari, 2020) bahwa efikasi diri melalui akses modal, pengetahuan kewirausahaan dan jaringan sosial berpengaruh terhadap minat kewirausahaan. Juga hasil penelitian (Ardiani & Putra, 2020) bahwa dua faktor yang membentuk minat berwirausaha yakni faktor pertama terdiri atas variabel pengetahuan bisnis, pengetahuan produksi, keterampilan produksi, keterampilan komunikasi, kemampuan komputer, kemampuan manajerial dan motivasi. Sedangkan faktor kedua, yaitu pengalaman pelatihan. Selanjutnya, menurut (Pricilia et al., 2021) bahwa secara simultan, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pendidikan kewirausahaan, efikasi diri dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Selain itu juga variabel kemampuan mahasiswa melihat peluang usaha juga mampu meningkatkan minat mahasiswa berwirausaha sebagaimana disampaikan oleh (Trihudiyatmanto, 2019); (Saefuloh, 2020); (Cahayani et al., 2022); (Astuti et al., 2020).

Hal yang menarik dan belum banyak diteliti penelitian terdahulu berkaitan dengan literasi media sosial yang dimiliki mahasiswa, apakah memperkuat atau

memperlemah kemampuan mereka dalam melihat peluang usaha. Hal inilah yang menjadi alasan dilakukannya penelitian ini.

Dari uraian di atas, maka dalam penelitian ini berusaha membuat sebuah model membangun minat berwirausaha melalui peluang dan media sosial.

Minat Berwirausaha

Menurut Alimudin, (2017) pengembangan wirausaha merupakan tuntutan setiap daerah untuk dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk dan wilayahnya. Untuk dapat mengembangkan wirausaha secara eksponensial dibutuhkan suatu strategi yang tepat sasaran dan tepat guna. Strategi dikatakan tepat sasaran dan tepat guna apabila dapat menentukan apa yang harus dikerjakan untuk mencapai suatu tujuan dengan proses yang lebih cepat secara waktu dan lebih efisien secara biaya, dan mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkesinambungan.

Menurut Putra and Rachman Putra, (2021) bahwa Konsep diri merupakan persepsi seseorang tentang diri sendiri dari seluruh aspek dalam dirinya termasuk kemampuan diri dan harapan tentang dirisendiriakan menjadi apa di kemudian hari. Wirausaha merupakan salah satu bentuk upaya memperoleh pendapatan dan eksistensi sebagai makhluk sosial. Idealitas seseorang untuk sejahtera dapat dipantau melalui keterkaitan antara konsep diri dan minat berwirausaha.

Rendahnya minat berwirausaha menurut Mopangga, (2013) adalah karena kurangnya individu dan kelompok mahasiswa wirausaha; rendahnya keterlibatan mahasiswa dalam pelatihan, pembekalan, seminar dan sejenisnya didalam maupun diluar lingkungan kampus; serta kurangnya proposal bisnis (bisnis plan) yang diajukan/berkompetisi.

Indikator minat berwirausaha menurut (Suharyadi, 2007) adalah keinginan berprestasi, keinginan berhasil/sukses, keinginan berafiliasi. Kemudian menurut Yadewani & Wijaya

(2017) minat berwirausaha merupakan sebuah keinginan, ketertarikan serta kesediaan individu melalui ide – ide yang dimiliki untuk mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha. Dimana minat berwirausaha muncul karena adanya motivasi, ketertarikan, mempunyai perasaan senang dan mempunyai keinginan untuk terlibat dalam kegiatan pengambilan resiko, untuk menjalankan bisnis atau usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang - peluang bisnis yang ada, dan menciptakan bisnis baru.

Berdasarkan pendapat para ahli dan kondisi lapangan saat ini berkaitan dengan minat berwirausaha mahasiswa, maka dapat ditetapkan dalam penelitian ini indikator minat berwirausaha mahasiswa antara lain: 1) Partisipasi dalam Kegiatan Kewirausahaan; 2) Partisipasi dalam Kompetisi Kewirausahaan; 3) Mengikuti Seminar dan Workshop Kewirausahaan; 4) Penggunaan Sumber; 5) Keterlibatan dalam Proyek Kolaboratif; 6) Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan

Lierasi Media Sosial

Literasi media sosial mengacu pada kemampuan individu untuk memahami, menganalisis, dan berpartisipasi dengan bijak dalam penggunaan platform media sosial. Hal ini sangat penting dalam era digital karena media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan sosial, budaya, dan politik. Pada perkembangan zaman sekarang, media sosial bukan hanya sebatas media yang digunakan untuk mencari informasi, hiburan dan komunikasi saja, tetapi sudah bisa digunakan sebagai sarana untuk berbisnis online (Maulana, 2023).

Menurut (Susilo et al., 2022) media sosial memiliki sifat interaktif. Semua penggunaannya bisa membuat pesan atau meneruskan pesan yang mereka dapatkan. Itulah sebabnya sebuah pesan, termasuk pesan pemasaran bisa menjadi viral dan bersirkulasi secara organik. Hal itu dimungkinkan bila pesan dianggap menarik.

Menurut (Hasyim et al., 2021) tingkat pemahaman yang rendah terhadap

penggunaan media sosial bagi para pelaku usaha kecil merupakan hal yang menjadi permasalahan utama karena hal tersebut berdampak kepada rendahnya jangkauan sosialisasi pemasaran produk- produk yang dihasilkan. Akibat lebih jauh tingkat penerimaan pendapatn (omzet) juga sekedar memenuhi kebutuhan sehari-hari. Peningkatan pemahaman masyarakat terhadap literasi digital perlu dilakukan dalam rangka mengembangkan usaha yang dikelola agar dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak.

Indikator literasi media sosial menurut (Widjanarko et al., 2023) antara lain: penilaian informasi, keamanan dan privasi, penggunaan yang etis, pengendalian diri. Menurut Sulthan & Istiyanto (2019) Mahasiswa seringkali kurang terbuka dan menganggap privasi adalah segalanya. Demikian juga dalam penggunaan media sosial bagi mereka. Kecenderungan untuk menjaga privasi menjadikan mereka menghindari membicarakan apa yang terjadi dalam setiap akses di media sosial, apakah itu mempunyai pengaruh buruk atau tidak baginya. Kewaspadaan menjadi sesuatu yang kurang diperhitungkan dalam setiap akses informasi di media sosial. Akibatnya, dampak yang akan menimpa menjadi semakin besar dan mempengaruhi. Pemahaman literasi media dengan baik menjadi kunci solutif yang tepat dalam menggunakan semua media sosial yang diakses.

Berdasarkan pendapat ahli dan kondisi lapangan saat ini dapat dijelaskan bahwa indikator literasi media sosial sebagai berikut: 1) Pemahaman Terhadap Berbagai Platform; Pemahaman Terhadap Konten; 3) Kritis Terhadap Informasi; 4) Kemampuan Verifikasi; 5) Pemahaman Terhadap Privasi dan Keamanan; 6) Pemahaman Etika Online; 7) Kemampuan Mengelola Waktu; 8) Kemampuan Berpartisipasi dan Berkontribusi; 9) Pemahaman Terhadap Dampak Psikologis; 10) Kemampuan Mengelola Konflik Online

Kemampuan Melihat Peluang Usaha

Kemampuan melihat peluang usaha adalah kemampuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan memahami peluang bisnis yang mungkin ada di sekitar. Ini adalah salah satu aspek penting dalam kewirausahaan, karena peluang bisnis adalah dasar dari setiap usaha yang sukses.

Menurut (Ridwan et al., 2023) kemampuan seseorang dalam melihat peluang usaha yang baru merupakan suatu kreasi yang bersifat independen dan mandiri. Dan bukanlah merupakan suatu kegiatan yang hanya sekedar ikut-ikutan untuk mengikuti trend yang ada dan hanya sekedar untuk gaya hidup semata. Seorang wirausahawan yang memiliki pemikiran yang inovatif dan kreatif tentunya akan mendapatkan hasil yang maksimal dan mendapatkan bisnis sesuai dengan modal yang dimiliki. Akan tetapi banyak seorang wirausahawan menyia-nyiaakan peluang ada yang didepan mata sehingga berlalu begitu saja, ataupun tidak berani memanfaatkan peluang yang ada tersebut. Hanya seorang wirausahawan yang mampu berpikir kreatif dan inovatif akan mengambil resiko itu dengan tanggap dan cepat dengan memanfaatkan peluang yang ada. Peluang usaha yang diambil tersebutlah akan mendapatkan konsekuensi dalam pengambilan keputusan. Seorang yang berhasil mendapatkan keuntungan maka akan dinyatakan berhasil menangkap peluang yang ada, namun ketika mengalami kerugian maka hal tersebut dikatak sebagai sebuah resiko dari keputusan yang diambil. Tetapi dari resiko inilah akan dijadikan sebagai sebuah pembelajaran.

Menurut (Khasanah et al., 2020) perkembangan teknologi informasi di Indonesia meningkat pesat dari hari ke hari. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai macam faktor mulai dari perluasan area cakupan internet, peningkatan bandwidth internet, penggunaan teknologi internet dan komunikasi terbaru yang lebih cepat dan efisien, perkembangan ponsel pintar, munculnya berbagai macam media sosial dan ecommerce, serta semakin banyaknya

masyarakat yang paham dan aktif menggunakan internet. Saat ini peranan teknologi informasi berpengaruh dalam dunia ekonomi khususnya dalam hal penjualan online atau dikenal ecommerce.

Indikator kemampuan melihat peluang usaha menurut Menurut (Ridwan et al., 2023) bahwa peluang usaha dalam penelitian ini adalah kemampuan seseorang dalam melihat peluang yang ada di sekitarnya seperti peluang yang muncul dari diri sendiri (hobi, keahlian, pengetahuan dan latar belakang pendidikan), lingkungan, konsumen, gagasan orang lain dan informasi dari internet dan lingkungannya. Sedangkan menurut Kusmulyono (2016) Indikator kemampuan mengidentifikasi peluang usaha dapat muncul setelah seseorang mengikuti suatu kegiatan pengembangan kapasitas kewirausahaan. Juga pendapat Permanawati & Yulianeu (2018) untuk dapat menentukan peluang usaha yang paling cocok dengan terlebih dahulu melakukan analisis terhadap inspirasiinspirasi bisnis yang ingin direalisasikan.

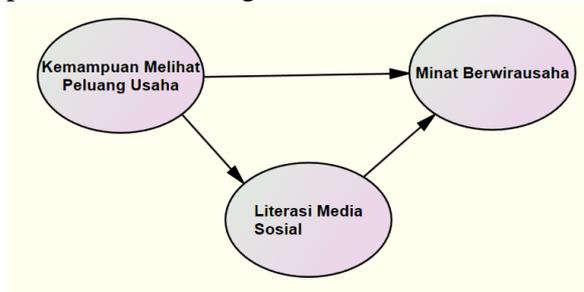
Berdasarkan pendapat para ahli dan kondisi lapangan saat ini yang memiliki beberapa pendapat berkaitan dengan indikator kemampuan melihat peluang usaha, maka dapat penelitian ini ditetapkan indikatornya antara lain: 1) Pemahaman Pasar; 2) Inovasi dan Kreativitas; 3) Analisis Tren dan Perubahan; 4) Jejak Rekam dan Pengalaman; 5) Jaringan dan Kemitraan; 6) Ketajaman Pengamatan; 7) Kemampuan Analisis Risiko; 8) Fleksibilitas dan Adaptabilitas; 9) Kepekaan Sosial dan Budaya.

Kerangka Berpikir

Minat berwirausaha pada mahasiswa adalah dorongan atau keinginan yang kuat untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan atau memulai bisnis sendiri. Mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha sering memiliki motivasi untuk mengembangkan ide bisnis, menjalankan proyek bisnis, atau menciptakan peluang ekonomi. Faktor-

faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa dapat bervariasi antara lain adalah kemampuan melihat peluang, ditambah dengan literasi media sosial yang dimilikinya dalam melihat peluang tersebut.

Berdasarkan teori yang digunakan maka dapat dibuat kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Berpikir

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menganalisis pengaruh kemampuan melihat peluang usaha melalui literasi media sosial terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini menggunakan objek penelitian adalah mahasiswa yang mengambil mata kuliah kewirausahaan lanjutan sebanyak 267 orang mahasiswa. Sampel diambil sebanyak 161 orang dari populasi dan teknik pengambilan sampel dengan metode *proporsional random sampling*. Adapun sampel diambil dengan menggunakan rumus slovin.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yakni prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya secara kuantitas. Data dianalisa dengan menggunakan alat analisis SEM dengan menggunakan aplikasi WarPLS.

HASIL

Survey yang dilakukan pada 161 orang responden memberikan informasi berkaitan dengan deskripsi pada setiap variabel penelitian, penilaian dilakukan dengan menilai skor dari jawaban responden pada setiap variabel penelitian. Rentang jawaban 1 sampai dengan 5, banyak kelas interval ditentukan sebanyak 5 kelas, sehingga diperoleh panjang kelas interval 0,8. Pada rentang 1,00-1,79=Sangat rendah; 1,80-2,59=Rendah; 2,60-3,39 = Sedang; 3,40-4,19 = Tinggi dan 4,20-5,00 = Sangat tinggi. Jawaban responden terhadap variabel penelitian yang dapat dijelaskan pertama deskripsi variabel kemampuan melihat peluang usaha. Jawaban responden terhadap kemampuan melihat peluang usaha dengan skor jawaban 3.1 yang masuk dalam kategori sedang. Ini berarti bahwa mahasiswa sudah cukup mampu dalam melihat peluang usaha. Dari 9 indikator yang digunakan jawaban responden di atas rata-rata antara lain: Selalu memantau tren industri, teknologi, dan perubahan perilaku konsumen; Informasi dan peluang bisnis seringkali saya dapatkan melalui interaksi dengan orang-orang dalam industri yang sedang berkembang. Sedangkan selebihnya dibawah rata-rata yakni: Dapat mengidentifikasi celah atau peluang yang mungkin belum terpenuhi di pasar; Seringkali memiliki solusi baru atau cara yang unik untuk memenuhi kebutuhan konsumen; Pengalaman yang saya miliki juga membantu dalam mengidentifikasi risiko dan cara untuk mengatasi tantangan dalam berwirausaha; Memiliki ketajaman pengamatan untuk mendeteksi perubahan kecil dalam lingkungan bisnis atau pasar; Selalu mampu mengevaluasi risiko dan potensi imbal hasil dari setiap peluang; Memiliki fleksibilitas dalam melihat dan memanfaatkan peluang bisnis; Memiliki kemampuan dalam memahami dinamika sosial dan budaya dalam suatu masyarakat yang dapat membantu dalam melihat peluang bisnis yang sesuai dengan nilai dan kebutuhan masyarakat.

Pada variabel minat berwirausaha

mahasiswa dengan jawaban responden pada variabel minat berwirausaha mahasiswa dengan skor 3.1 yang masuk dalam kategori sedang. Ini berarti bahwa mahasiswa memiliki minat untuk berwirausaha yang cukup baik. Tanggapan responden dari 6 indikator di atas rata-rata yakni memiliki komitmen terhadap pengembangan ide bisnis. Sedangkan selebihnya di bawah rata-rata antara lain: Berminat untuk berwirausaha dengan aktif dalam kegiatan atau organisasi yang berhubungan dengan kewirausahaan di kampus; Selalu mengikuti seminar kewirausahaan dalam rangka mengembangkan pengetahuan dalam bidang bisnis; Selalu berkonsultasi mengenai bisnis kepada dosen atau mitra kampus; Senang terlibat dalam usaha pengembangan kewirausahaan di kampus; Memiliki kemampuan dalam perencanaan bisnis guna mempersiapkan diri untuk berwirausaha.

Untuk jawaban responden pada variabel literasi media sosial dengan jawaban pada variabel literasi media sosial dengan skor 3.2 yang masuk dalam kategori sedang. Ini berarti bahwa mahasiswa memiliki literasi yang cukup baik pada media sosial berkaitan dengan wirausaha. Dari 10 indikator yang digunakan untuk mengukur literasi media sosial, jawaban di atas rata-rata antara lain: Memiliki kemampuan untuk mengenali dan memahami berbagai jenis konten yang tersebar di media sosial, termasuk konten berita, gambar, video, dan meme; Memiliki kemampuan untuk menilai dan memilah informasi yang benar dari yang salah, serta mampu mengenali hoaks, disinformasi, atau manipulasi yang mungkin muncul di media sosial; Memiliki Kesadaran tentang isu privasi dan keamanan di media sosial, termasuk pengaturan privasi, manajemen kata sandi, dan penanganan informasi pribadi; Memiliki pemahaman etika perilaku online, termasuk bagaimana berinteraksi dengan orang lain secara positif, menghindari perilaku pelecehan, dan menghormati hak privasi orang lain; Memiliki Kesadaran akan dampak psikologis penggunaan media sosial terhadap kesehatan mental, seperti stres, kecemasan, atau depresi, dan kemampuan

untuk mengelola dampak tersebut. Sedangkan selebihnya masuk dibawah rata-rata skor antara lain: Memiliki Keahlian dalam melakukan verifikasi informasi sebelum menyebarkannya, termasuk memeriksa sumber dan memastikan keabsahan informasi; Memiliki Kemampuan untuk menggunakan media sosial secara efisien dan tidak mengorbankan waktu yang berlebihan, sehingga masih dapat menjalani kehidupan sehari-hari dengan seimbang; Memiliki keterampilan dalam mengatasi konflik atau perbedaan pendapat secara konstruktif tanpa merugikan pihak lain.

Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural Warp PLS (Partial Least Square). Penggunaan teknik analisis ini digunakan dengan pertimbangan untuk menguji variabel pemoderasi dalam penelitian ini dengan melihat kelayakan pada setiap indikator yang digunakan pada setiap variabel penelitian ini. Langkah awal dalam analisis data ini dilakukan dengan melakukan uji outer model pada setiap variabel dengan indikator masing-masing untuk melihat kelayakan pada setiap indikator melalui konvergensi indikator. Selanjutnya melakukan uji inner model untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh koefisien jalur variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Goodnes of Fit Outer Model

Model pengukuran dalam outer model ini berhubungan tingkat validitas dan reliabilitas dari setiap indikator yang digunakan pada setiap variabel dalam penelitian ini baik variabel eksogen maupun variabel endogen

Validitas Konvergen dan Diskriminan

Validitas konvergen dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi antara setiap indikator dengan variabel eksogen dan endogen. Jika nilai koefisien korelasi (loadings factor) lebih besar dari 0.30 maka

memenuhi kriteria validitas konvergen, sedangkan jika nilai koefisien korelasi (loadings factor) > nilai cross loading maka dapat dikatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan nilai loadings factor dari indikator kemampuan melihat peluang usaha diukur dengan X1_1 s/d X1_9 dengan p-value < 0.001. hasil tersebut menjelaskan bahwa X1_1 s/d X1_9 memenuhi kriteria validitas konvergen serta validitas diskriminan karena nilai loadings factor > cross loadings. Secara keseluruhan indikator yang digunakan dalam mengukur tingkat kemampuan melihat peluang usaha telah memenuhi kriteria validitas sehingga dapat digunakan sebagai indikator dan untuk analisis dalam melakukan pengujian hipotesis. Selanjutnya untuk variabel minat berwirausaha mahasiswa menunjukkan nilai loadings factor dari indikator minat berwirausaha mahasiswa diukur dengan Y1_1 s/d Y1_6 dengan p-value < 0.001. hasil tersebut menjelaskan bahwa Y1_1 s/d Y1_6 memenuhi kriteria validitas konvergen serta validitas diskriminan karena nilai loadings factor > cross loadings. Secara keseluruhan indikator yang digunakan dalam mengukur tingkat minat berwirausaha mahasiswa telah memenuhi kriteria validitas sehingga dapat digunakan sebagai indikator dan untuk analisis dalam melakukan pengujian hipotesis. Selanjutnya untuk variabel literasi media sosial. Menunjukkan nilai loadings factor dari indikator literasi media sosial diukur dengan X2_1 s/d X2_10 dengan p-value < 0.001. hasil tersebut menjelaskan bahwa X2_1 s/d X2_10 memenuhi kriteria validitas konvergen serta validitas diskriminan karena nilai loadings factor > cross loadings. Secara keseluruhan indikator yang digunakan dalam mengukur tingkat literasi media sosial telah memenuhi kriteria validitas sehingga dapat digunakan sebagai

Tabel 1 Hasil Uji Hipotesis Secara Langsung

| No | Hubungan antar variabel | | Path coefficient | Pvalue | Tingkat signifikansi |
|----|-------------------------|---------|------------------|--------|----------------------|
| | Eksogen | Endogen | | | |
| 1 | X1 | Y | 0.65 | p<0.01 | Signifikan |
| 2 | X1 | X2 | 0.72 | p<0.01 | Signifikan |
| 3 | X2 | Y | 0.21 | p<0.01 | Signifikan |

Sumber : WarpPLS diolah

indikator dan untuk analisis dalam melakukan pengujian hipotesis.

Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat kelayakan pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Reliabilitas setiap indikator dapat dilihat dari reliabilitas komposit atau melalui cronbach's alpha. Kriteria rentang reliabilitas 0,70. Nilai reliabilitas dalam penelitian ini telah ditunjukkan dengan reliabilitas komposit maupun cronbach's alpha memiliki reliabilitas yang beragam sesuai kategori rentang nilai masing-masing, sehingga data yang dikumpulkan dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Inner Model

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini dengan hasil analisis data yang dilakukan. Pengujian hipotesis dilakukan sesuai kerangka penelitian yang dilakukan untuk melakukan analisis dan menguji secara langsung dan tidak langsung antara variabel eksogen dan variabel endogen dengan model moderasi. Tingkat signifikansi pengujian hipotesis ini dilakukan dengan melihat nilai dari p-value.

Pengaruh Secara Langsung Variabel Eksogen Terhadap Endogen

Pengujian hipotesis secara langsung digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dari setiap variabel eksogen terhadap endogen. Variabel eksogen terdiri dari kemampuan melihat peluang usaha sedangkan variabel endogen yaitu minat berwirausaha mahasiswa (Y). Hasil uji hipotesis secara langsung dapat dilihat seperti tabel berikut ini.

Pengaruh kemampuan melihat peluang usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, begitu juga terhadap literasi media sosial. Juga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan literasi media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Pengaruh Secara Tidak Langsung Melalui Variabel Pemoderasi

Pengujian hipotesis secara tidak

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung

| No | Hubungan antar variabel | | Path coefficient | P value | Tingkat signifikan |
|----|-------------------------|---------|------------------|---------|--------------------|
| | Moderating | Endogen | | | |
| 1 | X1*X2 | Y | 0.15 | p<0.01 | Signifikan |

Sumber : WarpPLS diolah

Tabel 2 menunjukkan perhitungan pengaruh variabel X2 sebagai variabel pemoderasi dari X1 terhadap Y. Dalam perhitungan tersebut diperoleh nilai jalur secara real count 0.15 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.01. Perhitungan tersebut menjelaskan bahwa hipotesis X2 menjadi pemoderasi dalam X1 terhadap Y diterima. Artinya secara tidak langsung X2 dapat berperan sebagai variabel pemoderasi dari X1 secara signifikan terhadap Y. Hal ini menunjukkan peran X2 dimana semakin besar X2 maka mengakibatkan peningkatan Y. Ini berarti bahwa secara tidak langsung pengaruh kemampuan melihat peluang usaha terhadap minat berwirausaha melalui literasi sosial sebagai variabel moderasi positif dan signifikan.

Goodnes of Fit Inner Model

Pengujian inner model dilakukan untuk melihat indeks ukuran kebaikan atau kelayakan hubungan antar variabel eksogen terkait juga dengan asumsiasumsinya. Hal ini dilakukan untuk interpretasi terhadap hasil pengujian hipotesis sehingga harus memiliki goodness of fit yang layak. Model goodness of fit yang layak dengan menggunakan Warp PLS ini dapat dilihat dengan model fit and quality indices. Menunjukkan general model elements yang digunakan sebagai indikator kelayakan atau goodness of fit inner model. Hasil analisis menunjukkan nilai Average

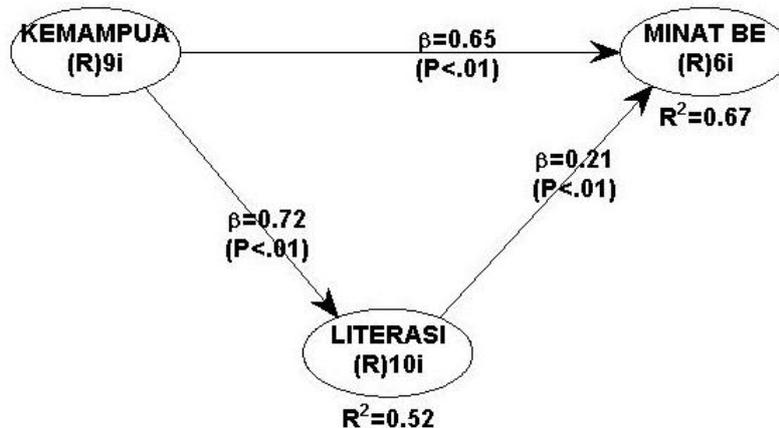
langsung digunakan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung dari setiap variabel eksogen terhadap endogen melalui variabel pemoderasi yang dapat memperlemah maupun memperkuat pengaruhnya terhadap variabel endogen. Variabel eksogen terdiri dari X1 dan X2 sebagai Variabel Pemoderasi. Sedangkan variabel endogen yaitu Y. Hasil uji hipotesis secara langsung dapat dilihat seperti tabel berikut ini.

Path Coefficient (APC) atau rata-rata koefisien jalur sebesar 0.310 dengan tingkat signifikansi p-value = 0.002, artinya bahwa koefisien pada setiap jalur memiliki pengaruh signifikan dari variabel eksogen terhadap variabel endogen dan juga model moderasi terhadap variabel endogen.

Nilai Average R-squared (ARS) menunjukkan sebesar 0.601 dengan pvalue $p < 0.001$ dan Average Adjusted R-squared sebesar 0.564 p-value $p < 0.001$ artinya menunjukkan besar pengaruh 60.10% secara signifikan dari variabel eksogen terhadap variabel endogen dan juga model moderasi terhadap variabel endogen. Sedangkan sisanya sebesar 39.90% dipengaruhi variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Nilai Average block VIF (AVIF) sebesar $2.256 < 3.300 < 5.000$ termasuk kategori ideal dan nilai Average Full Collinearity VIF (AFVIF) $3.300 < 3.869 < 5.000$ termasuk dalam kondisi diterima. Artinya hasil analisis ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini terbebas dari multikolinieritas. Terbebas dari multikolinieritas ini menunjukkan bahwa setiap variabel tidak saling berhubungan atau tidak memiliki korelasi signifikan sehingga setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdiri sendiri atau saling bebas.

Persamaan Struktural



Gambar 1 Diagram Persamaan Struktural

Gambar 1 menunjukkan hasil koefisien jalur dengan tingkat signifikansi sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan menggunakan Warp PLS sehingga diperoleh persamaan struktural diperoleh sebagai berikut :

$$Y = 0,65X1 + 0.21X2$$

$$X2 = 0,72X1$$

PEMBAHASAN

Minat berwirausaha mahasiswa menjadi satu hal penting untuk mendapatkan perhatian dikalangan dunia pendidikan. Saat ini peluang lapangan kerja jauh lebih kecil bila dibandingkan dengan peluang berwirausaha. Selain itu juga untuk Indonesia masih memiliki peluang yang besar dan bahkan sangat besar dalam berwirausaha. Namun dikalangan mahasiswa minat berwirausaha masih rendah. Hasil penelitian membuktikan bahwa kemampuan menangkap peluang usaha terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kemampuan mahasiswa menangkap peluang berwirausaha maka akan semakin tinggi pula minatnya dalam berwirausaha. Hasil penelitian ini mendukung pendapat yang mengatakan kemampuan menangkap peluang usaha mempengaruhi minat berwirausaha (MUZAKKA, 2014); (Mukminin'Azmi et al., 2022); (Aziz, 2019); (Setiawati, 2013). Selain itu juga kemampuan melihat peluang usaha merupakan keterampilan penting

dalam konteks manajemen. Implikasi manajerial dari kemampuan ini mencakup beberapa aspek yang dapat memengaruhi kinerja dan kesuksesan organisasi. Manajer yang memiliki kemampuan melihat peluang usaha dapat membantu organisasi mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan produk atau layanan baru. Inovasi ini dapat memberikan keunggulan kompetitif, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan pangsa pasar. Kemampuan melihat peluang usaha memungkinkan manajer untuk mengambil keputusan dengan cepat dan efektif dalam menghadapi perubahan pasar atau tren industri. Keputusan yang cepat dapat membantu organisasi untuk bersaing dengan lebih baik di pasar yang dinamis. Manajer yang mampu melihat peluang usaha dapat membantu merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif. Identifikasi peluang baru memungkinkan organisasi untuk mengambil langkah-langkah proaktif dalam menghadapi persaingan dan mencapai pertumbuhan. Peluang bisnis tidak hanya terkait dengan produk atau layanan baru, tetapi juga dengan perbaikan dalam proses operasional. Manajer yang peka terhadap peluang efisiensi operasional dapat meningkatkan kinerja organisasi dengan mengidentifikasi dan melalui penerapan kemampuan ini dalam konteks manajerial, organisasi dapat menjadi lebih responsif terhadap perubahan pasar, lebih inovatif, dan lebih mampu

mencapai pertumbuhan jangka panjang.

Selain itu juga melalui peran mediasi literasi media sosial akan mampu menambah minat berwirausaha mahasiswa dan hal ini terbukti dari hasil penelitian ini. Hal ini mendukung pendapat Taufiq & Setyani (2021) bahwa teknologi informasi dari masa ke masa selalu mengalami inovasi dan kemajuan. Ditengah maraknya pengguna media sosial dari masa ke masa, semakin banyak pula bisnis dan pekerjaan yang telah dilakukan melalui media sosial.

Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Dengan kemampuan untuk terhubung dengan audiens yang luas, berbagi informasi, dan membangun komunitas, media sosial dapat menjadi alat efektif untuk memotivasi dan mendukung mahasiswa yang tertarik untuk menjalani jalur wirausaha. Media sosial memungkinkan mahasiswa untuk mengikuti dan terinspirasi oleh kisah sukses wirausaha. Pengalaman dan cerita inspiratif dari pengusaha sukses dapat memotivasi mahasiswa untuk mengejar impian wirausaha mereka sendiri. Melalui platform media sosial, mahasiswa dapat mengakses berbagai sumber informasi terkait wirausaha, termasuk artikel, video tutorial, dan webinar. Komunitas online juga memungkinkan pertukaran pengetahuan dan pengalaman antar mahasiswa yang memiliki minat serupa. Media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan kewirausahaan sosial, yaitu upaya wirausaha yang memiliki dampak positif pada masyarakat. Mahasiswa dapat menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan tentang tujuan sosial dan lingkungan yang mereka usahakan melalui bisnis mereka. Melalui pemanfaatan media sosial, mahasiswa dapat membangun dan mengembangkan wirausaha mereka dengan lebih efektif, menjelajahi peluang baru, dan membangun koneksi yang dapat membantu mereka dalam perjalanan kewirausahaan mereka.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa pengaruh kemampuan melihat peluang usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, begitu juga terhadap literasi media sosial. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan literasi media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Secara tidak langsung pengaruh kemampuan melihat peluang usaha terhadap minat berwirausaha melalui literasi sosial sebagai variabel moderasi positif dan signifikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Alimudin, A. (2017). e-Jurnal Manajemen Kinerja Strategi Pengembangan Minat Wirausaha Melalui Proses Pembelajaran. *Manajemen Kinerja*, 1–13.
<https://www.academia.edu/download/79636547/250.pdf>
- Ardiani, W., & Putra, R. (2020). Faktor-Faktor Penguat Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Harapan Medan. *Maker: Jurnal Manajemen*.
<https://www.maker.ac.id/index.php/maker/article/view/134>
- Astuti, R., Pulungan, D. R., Alpi, M. F., & ... (2020). Literasi Media Sosial Sebagai Peluang Bisnis Online bagi Ibu Rumah Tangga Mendukung Pendapatan Rumah Tangga. *IHSAN: Jurnal*
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/IHSAN/article/view/5152>
- Aziz, F. (2019). *Pengaruh keterampilan Kewirausahaan dan Persepsi Peluang Kerja terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Banyudono*.
- Cahayani, N. L. P., Westra, I. K., Ariyati, N. M., & ... (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan

- Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia. *Jurnal Pendidikan* <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/47117>
- Hasyim, H., Anindita, R., & Ayasofia, F. (2021). PELATIHAN LITERASI DIGITAL DAN MEDIA SOSIAL BAGI PELAKU USAHA KECIL DESA PANAKUKANG KABUPATEN GOWA SULAWESI SELATAN BEKERJA *Jurnal Abdimas Sang* https://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/Abdimas_Sang_Buana/article/view/754
- Khasanah, F. N., Samsiana, S., & ... (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains* <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JSTPM/article/view/255>
- Kusmulyono, M. S. (2016). Peran Pengetahuan Pendahulu Dan Kepekaan Terhadap Kemampuan Mengidentifikasi Peluang Usaha Mikro Pedesaan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(1).
- Maulana, F. (2023). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA USAHA UMK KULINER DI KECAMATAN JELUTUNG KOTA JAMBI*. repository.unja.ac.id. <https://repository.unja.ac.id/51541/>
- Mopangga, H. (2013). Faktor Determinan Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. *Pathogens and Disease*, 53(9), 1689–1699. <https://academic.oup.com/femspd/article/doi/10.1093/femspd/fty017/4919729>
- Mukminin'Azmi, H., Herianingrum, S., Junaedi, D., Arsyad, M. R., & Salistia, F. (2022). Komunitas pengusaha muslim: pengaruh motivasi berwirausaha, dukungan finansial dan peluang pasar terhadap niat berwirausaha. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1445–1463.
- MUZAKKA, M. (2014). *PENGARUH FAKTOR TOLERANSI ATAS RISIKO, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, PELUANG DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (STUDI PADA MAHASISWA KEUANGAN ISLAM UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA)*.
- Permanawati, R. R., & Yulianeu, A. (2018). Sistem Pakar Untuk Menentukan Suatu Peluang Usaha Dengan Menggunakan Metode Smarter dan Oreste. *Jurnal Manajemen Dan Teknik* <https://jurnal.stmik-dci.ac.id/index.php/jumantaka/article/view/312>
- Pricilia, A. A., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen* <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/view/30135>
- Putra, R. M., & RachmanPutra, A. (2021). Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau dari Konsep Diri Rahayu. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i3.423>
- Ridwan, H., Wahidayanti, W., & ... (2023). PERBANDINGAN MINDSET BERWIRAUSAHA KONVENSIONAL DAN SYARIAH TERHADAP KEMAMPUAN MELIHAT PELUANG USAHA BAGI MAHASISWA SINJAI. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal*

- <https://journal.uiad.ac.id/index.php/asy-syarikah/article/view/2202>
- Saefuloh, D. (2020). Rekognisi terhadap peluang bisnis online melalui media sosial dan hubungannya dengan minat berwirausaha: studi kasus mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*. <https://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK/article/view/1827>
- Setiawati, T. (2013). *Minat Berwirausaha Ditinjau Dari Lingkungan Keluarga Dan Sikap Terhadap Peluang Usaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2010/2011*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Suharyadi. (2007). *Kewirausahaan (Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda)*. Penerbit Salemba. <https://books.google.co.id/books?id=yOrtZwRWzcoC>
- Sukarni, S., & Sari, P. W. (2020). Analisis faktor faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa uir. *Akuntabel*. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/7337>
- Sulthan, M., & Istiyanto, S. B. (2019). Model literasi media sosial bagi mahasiswa. *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1076–1092.
- Susilo, M. E., Prayudi, P., & Yanu, M. (2022). Literasi Keuangan dan Branding Melalui Media Sosial Untuk Usaha Kecil. *Prosiding Seminar Nasional* <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/prosidingLPPM/article/view/8328>
- Taufiq, M., & Setyani, N. S. (2021). PENGARUH LITERASI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI STKIP PGRI JOMBANG. *Prosiding Conference on Research and Community Services*, 3(1), 727–731.
- Trihudyatmanto, M. (2019). Membangun minat berwirausaha mahasiswa dengan pengaruh faktor e-commerce, pengetahuan kewirausahaan dan gender. In *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada* ojs.unsiq.ac.id. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/download/678/401>
- Widjanarko, P., Alfiah, J., Ariestyani, K., Yusuf, K., Sudarmanti, R., Wahyuti, T., Utami, A. B., Purbaningrum, D., & Hutapea, E. B. (2023). *Ragam Nuansa Literasi Media*. PT Rekacipta Proxy Media. <https://books.google.co.id/books?id=muioEAAAQBAJ>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce terhadap minat berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64–69.