

Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa

Tyo Rizky Siagian¹, Muhammad Irwan Padli Nasution², Sri Suci Ayu Sundari³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

tyorizky8@gmail.com¹, irwannst@uinsu.ac.id², sucisundari@uinsu.ac.id³

Abstrak

Pada saat sekarang ini untuk melakukan suatu kegiatan berwirausaha dapat kita lakukan bersama dengan memanfaatkan teknologi serta media sosial yang ada. Seperti saat sekarang ini yang mana semua kalangan tak terkecuali mahasiswa dapat dengan mudahnya mengakses serta mempunyai akun media sosial. Para generasi milenial tak terkecuali mahasiswa banyak sekali menggunakan platform media sosial seperti *instagram, youtube, facebook, whatsapp, dan snapchat*. Adapun tujuan dibuatnya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran media sosial dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Pada penelitian kali ini saya menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah ternyata media sosial sangat membantu mahasiswa dalam melakukan suatu kegiatan berwirausaha dan cenderung dimudahkan karena bisa menjangkau pasar yang lebih jauh tidak hanya di lingkungan kampus saja bahkan untuk diluar kampus juga bisa selain itu juga membuat mahasiswa yang melakukan kegiatan berwirausaha itu tidak malu-malu untuk menjajakan barang dagangan nya karena dipasarkan secara online bukan secara offline sehingga membuat minat mahasiswa untuk berwirausaha meningkat.

Pendahuluan

Dapat kita lihat bahwa perkembangan zaman serta teknologi semakin maju, Indonesia sebagai salah satu negara yang sedang berkembang tidak bisa menolak apabila sudah memasuki era revolusi industri 4.0. Pada tahap ini dapat kita tandai dengan semakin maju dan canggihnya teknologi diberbagai sektor. Hal itu digunakan untuk mengurangi waktu produksi, mengurangi tenaga kerja yang dibutuhkan dan meminimalkan biaya produksi yang dikeluarkan dan pada akhirnya akan mendatangkan keuntungan yang maksimal. Selain itu dengan berkembangnya teknologi juga dibarengi dengan perkembangan jejaring sosial seperti *youtube, facebook, instagram, line, twitter, whatsapp* dan lain sebagainya. Kalau kita melihat data yang dikeluarkan oleh *we are social* pada tahun 2020 kurang lebih ada 175,4 juta orang yang memakai layanan internet di Indonesia. Kalau kita bandingkan dengan tahun sebelumnya terjadi suatu kenaikan sebesar 17% atau 25 juta pemakai layanan internet di Indonesia. Dan jumlah populasi Indonesia sebesar 272,1 juta jiwa dan itu menandakan bahwa 64% warga Indonesia sudah memakai layanan internet.

Sebagaimana kita ketahui internet yaitu suatu jaringan komputer yang dipakai secara umum yang menghubungkan berbagai macam pengguna dari seluruh penjuru dunia dan menjadi suatu tempat yang luas dan berperan sebagai penyedia informasi. Dikarenakan hal itu sudah banyak media yang diciptakan untuk bisa berkomunikasi jarak jauh Media itu kita kenal dengan media sosial. Ketika sedang berwirausaha dan menggunakan media sosial sebagai media promosi tentunya akan bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan pada akhirnya pendapatan pun juga bisa meningkat. Peran media sosial pun semakin eksis dalam mendorong kinerja bisnis dan merek. Keefektifan penggunaan tergantung bagaimana pemilik merek dalam menggunakannya seperti *Starbucks, Dell, Levi's* dan *Apple*. Mereka itulah sebagai contoh merek global yang kesuksesannya itu akibat di dorong oleh kehebatan media sosial. Apalagi kalau kita lihat *Apple*, yang dibangun oleh *Stev Jobs* kalau kita lihat perkembangannya dapat kita simpulkan bahwa *Apple* itu lahir, tumbuh dan besar oleh media sosial. Kalau kita lihat di Indonesia juga banyak perusahaan yang sukses akibat didorong oleh kehebatan media sosial seperti *Pocari sweat, Nutrisari, Acer, XL* dan lain sebagainya.

Pemakaian teknologi dapat dengan mudah diadopsi oleh kalangan muda yang terdidik. Hal itu banyak dihasilkan oleh perguruan tinggi. Merujuk hasil penelitian *Pinho* dan *Soares* (2011) menjelaskan bahwa mahasiswa adalah orang yang paling mudah mengadopsi media sosial, hal itu disebabkan karena mahasiswa dapat dengan mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi. Hal ini menjadi suatu bukti nyata bahwa mahasiswa sangat berpotensi menggunakan sosial media untuk keperluan berbisnis. Selain itu juga banyak perguruan tinggi yang mengkhususkan diri menghasilkan calon-calon wirausaha baru. Hal inilah yang menjadi landasan peneliti untuk melakukan suatu penelitian yaitu Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kualitatif yaitu dengan kuesioner serta melakukan pengamatan secara langsung dan bersifat sistematis. Kemudian data-data yang telah diperoleh dicatat dalam suatu buku catatan observasi. Yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Dalam penelitian ini pengumpulan data diadakan secara tertutup dan rahasia kemudian responden menjawab sesuai dengan pendapatnya pribadi. Dalam penelitian ini kuesioner diberikan kepada para responden dan berupa pertanyaan-pertanyaan yang sudah disediakan sebelumnya serta responden menjawab pada kolom yang sudah disediakan.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada para responden yaitu mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan ada ditemukan beberapa penemuan diantaranya:

1. Ternyata banyak juga mahasiswa yang memilih untuk berwirausaha secara online daripada offline dikarenakan berjualan secara online lebih efisien secara waktu dan tenaga yang mereka keluarkan. Selain itu mahasiswa yang sedang berwirausaha juga tidak malu berwirausaha karena mereka menjajakan barang dagangannya secara online dan bukan secara langsung atau offline.

2. Dengan melakukan berwirausaha secara online atau berdagang secara online itu bisa menjangkau pasar yang luas dan tidak hanya terpaku pada satu tempat yaitu lingkungan kampus saja melainkan bisa ke luar daerah.

3. Para wirausahawan juga menganggap bahwa berwirausaha secara online ini memudahkan atau mendekatkan hubungan antara penjual dan pembeli hal itu dikarenakan ketika seorang pembeli menginginkan barang yang dijual oleh seorang penjual si pembeli bisa langsung memesan nya melalui platform media sosial yang si penjual gunakan.

4. Ternyata banyak juga mahasiswa yang lebih banyak menggunakan media sosialnya untuk berbelanja ketimbang untuk berwirausaha karena mereka merasa itu bukan hobinya selain itu mereka juga menganggap media sosial lebih efektif digunakan untuk berbelanja dikarenakan harga yang ditawarkan relatif murah.

Pembahasan

Ada dua faktor yang bisa mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa yaitu faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik meliputi harga diri, perasaan atau emosi, cita-cita serta motivasi dan pendapatan. Sedangkan untuk faktor intrinsik itu meliputi lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang serta pendidikan dan pengetahuan. Antara faktor genetik dan lingkungan keduanya memiliki pengaruh untuk menentukan perilaku manusia. Bukan Cuma faktor keturunan atau lingkungan yang menyebabkan terciptanya kepribadian akan tetapi ada pengaruh respirokral faktor keturunan dan lingkungan yang bisa menyebabkan timbulnya karakteristik kepribadian. Berkembangnya suatu kepribadian individu dapat disebabkan karena beberapa faktor yaitu faktor hereditas yang meliputi bentuk tubuh, cairan tubuh, serta sifat-sifat yang diturunkan oleh orangtua. Selain itu ada faktor lingkungan yang meliputi lingkungan tempat tinggal, sekolah serta masyarakat. Akan tercipta minat berwirausaha jika keluarga memberikan pengaruh positif terhadap minat tersebut karena sikap dan aktivitas dari lingkungan keluarga secara langsung ataupun tidak langsung dapat menciptakan minat anaknya untuk melakukan wirausaha. Maka jika lingkungan keluarga ditingkatkan maka minat mahasiswa untuk berwirausaha juga akan meningkat. Selain itu mahasiswa juga merupakan aset bangsa dimana mereka diajarkan bermacam-macam pengetahuan serta keterampilan. Akan tetapi memang tidak semua mahasiswa mampu dan mau untuk berwirausaha dikarenakan mereka tidak terbiasa menanggung risiko serta daya juang yang rendah.

Pada saat sekarang berwirausaha tidak hanya dapat dilakukan secara offline atau secara langsung saja melainkan sekarang juga sudah bisa dilakukan secara online dengan menggunakan media sosial. Mahasiswa banyak yang melakukan wirausaha secara online karena para mahasiswa merasa bahwa berjualan secara online lebih efisien secara waktu dan tenaga yang mereka keluarkan. Kalau kita lihat juga memang sebelum media sosial ini marak banyak para wirausahawan yang menghabiskan waktunya untuk menjajakan barang dagangannya di ruko tempat ia berjualan. Selain itu dengan berwirausaha secara online dengan media sosial juga membuat mahasiswa tampil percaya diri dan tidak malu dalam menjajakan barang dagangannya karena mereka berdagang secara online atau tidak langsung.

Selain itu dengan melakukan wirausaha secara online juga mahasiswa juga bisa membuat mahasiswa menjangkau pasar yang luas dan tidak terpaku pada kampus tempat ia belajar. Akan tetapi juga bisa menjangkau pasar yang lebih luas karena ia melakukan wirausaha secara online dengan menggunakan media sosial dan saat ini media sosial bisa dapat diakses dengan mudah oleh semua kalangan. Kemudian dengan melakukan wirausaha online dengan menggunakan media sosial ini bisa memudahkan ataupun juga mendekatkan hubungan antara si penjual dengan pembeli. Hal itu karena ketika seorang konsumen atau pembeli ingin membeli ataupun membutuhkan suatu produk barang dari si penjual. Si pembeli dapat dengan mudah memesan atau membeli barang dari si penjual dengan menggunakan platform media sosial. Jika kita bandingkan sebelum maraknya penggunaan media sosial untuk keperluan jual beli atau bisnis ini para pembeli sering merasa kerepotan karena ketika ia

ingin membeli barang si pembeli harus pergi ke pasar tentu hal itu juga akan merepotkan si pembeli tapi kini hal itu tidak berlaku karena sekarang sudah dimudahkan dengan adanya media sosial.

Akan tetapi pada saat sekarang juga banyak mahasiswa yang menggunakan media sosialnya bukan untuk melakukan bisnis akan tetapi untuk keperluan yang konsumtif. Karena mereka menganggap berwirausaha bukan lah hobinya dan mereka beranggapan lebih menguntungkan menggunakan media sosial untuk berbelanja karena sering kali harga yang ditawarkan di pasar media sosial lebih murah daripada langsung membelinya di pasar. Selain itu ada faktor yang menyebabkan hal itu terjadi yaitu faktor dari lingkungannya kemudian daya juangnya yang minim serta mereka tidak terbiasa atau kurang mampu untuk menanggung suatu risiko.

Kesimpulan

Harus diakui bahwa dengan berkembangnya media sosial serta platform yang mendukung nya memiliki peran penting serta dapat memudahkan kegiatan umat manusia tak terkecuali mahasiswa untuk melakukan suatu kegiatan berwirausaha. Keunggulan layanan sosial media ialah memberikan ruang komunikasi dua arah antara produsen-konsumen serta sebaliknya konsumen-produsen. Kemudian media sosial juga bisa memingkatkan minat berwirausaha bagi mahasiswa karena mereka dapat melakukan wirausaha dengan mudah serta dengan modal yang rendah. Akan tetapi untuk bisa lebih meningkatkan minat berwirausaha selain didukung oleh media sosial juga perlu dukungan dari lingkungan keluarga karena keluarga adalah tempat mengawali segalanya.

Daftar Pustaka

Chaniago, Harmon, dan Abdul Malik Sayuti. 2019. Peran Adopsi Teknologi Social Media Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Riset dan Investasi* 5(3):24-35

Kumara, Brian. 2020. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 6(1):52-56

Indoworo, Hawik Ervina. 2016. Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika UPGRIS* 2(1):45-55