



Pengaruh Jejaring Sosial dan Teknologi Digital terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Cindi Anjuani Gultom¹, Sovia Elphani Simarmata², Nur Aini³, Joice Iwisa Nababan⁴, Nadine Siitonga⁵,
Octavianty Sihombing⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Negeri Medan, Indonesia

E-mail: cindigultom@gmail.com, soviasimarmata@gmail.com, aini210706@gmail.com,
joicenababan31@gmail.com, nadinewsilitonga@gmail.com, octaviantysihombing10@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-09-10 Revised: 2025-10-15 Published: 2025-11-06 Keywords: <i>Social Networking; Digital Technology; Entrepreneurship</i>	This study aims to examine the influence of social networks and digital technology on entrepreneurial interest among students. Using quantitative methods, data was collected through questionnaires distributed to students of the Faculty of Economics, Medan State University. This research was analyzed using SPSS 25 software. The results showed that social networking and digital technology had a positive effect on the entrepreneurial interest of students in the Faculty of Economics at Medan State University.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-09-10 Direvisi: 2025-10-16 Dipublikasi: 2025-11-06 Kata kunci: <i>Jejaring Sosial; Teknologi Digital; Wirausaha.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh jejaring sosial dan teknologi digital terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Dengan menggunakan metode kuantitatif, data dikumpulkan melalui koisioner yang disebarkan kepada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Medan. Penelitian ini dianalisis menggunakan bantuan <i>software SPSS 25</i> . Hasil penelitian menunjukkan bahwa jejaring sosial dan teknologi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Medan.

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah proses dinamis yang sering melibatkan tindakan seperti menciptakan, mengembangkan maupun pengelolaan suatu usaha dan organisasi, yang di mulai dari sebuah ide inovatif hingga menjadi entitas yang bernilai tambah bagi diri sendiri dan masyarakat. Kewirausahaan mencakup hal yang baru dan juga berbeda serta Upaya yang didorong oleh keberanian mengambil sebuah resiko yang telah diperhitungkan (Moch. Irfan & Rusdiana, 2014). Seorang wirausahaan dikatakan berhasil, bila dia mampu untuk bertahan dengan segala kekurangannya, serta memanfaatkan, dan meningkatkan peluang yang ada dengan baik, serta terus berkembang dalam menciptakan reputasinya (Garcia et al., n.d.).

Perkembangan teknologi digital dan jejaring sosial pada era Revolusi Industri telah membawa transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang kewirausahaan (Nurina et al., 2024). Secara global, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga medium strategis untuk membangun personal branding, promosi produk, hingga menciptakan pasar baru yang sebelumnya sulit dijangkau. Menurut (Sutrisno et al., 2023) media sosial

memberikan akses luas terhadap informasi, interaksi sosial, motivasi, serta dukungan norma yang secara signifikan meningkatkan intensi kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa jejaring sosial dan teknologi digital menjadi bagian integral dari ekosistem kewirausahaan modern.

Di Indonesia, fenomena serupa juga terlihat pada meningkatnya jumlah wirausaha muda yang memanfaatkan platform digital. Kementerian Koperasi dan UKM (2022) mencatat sekitar 56% wirausaha muda menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran utama produk mereka. Kondisi ini semakin relevan dengan generasi mahasiswa yang memiliki tingkat literasi digital tinggi. Penelitian (Giri & Sujana, 2024) mengungkap bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Hal ini memperlihatkan bahwa keterlibatan aktif mahasiswa dalam jejaring sosial mampu menumbuhkan kreativitas dan keberanian untuk berwirausaha, terutama dalam sektor usaha berbasis digital.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi teknologi digital dan praktik kewirausahaan mahasiswa. Observasi awal yang dilakukan di Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Medan memperlihatkan bahwa meskipun sebagian mahasiswa aktif menggunakan media sosial, pemanfaatannya masih sebatas pada aktivitas konsumtif seperti hiburan dan interaksi sosial, bukan untuk mengembangkan usaha produktif. Hal ini sejalan dengan temuan (Mita Rusdiana et al., 2024) yang menunjukkan bahwa meskipun penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha, masih terdapat hambatan dalam pengelolaan konten, konsistensi promosi, serta keterbatasan literasi digital praktis di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, penting untuk memahami lebih jauh bagaimana mahasiswa memaknai penggunaan jejaring sosial dan teknologi digital dalam proses menumbuhkan minat berwirausaha.

Berdasarkan kajian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh jejaring sosial dan teknologi digital terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Fokus kajian diarahkan pada pengalaman, makna, serta strategi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial dan teknologi digital untuk menumbuhkan orientasi kewirausahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dengan memperkaya perspektif kualitatif dalam studi kewirausahaan digital, serta kontribusi praktis berupa rekomendasi strategi bagi perguruan tinggi dalam merancang kurikulum dan program pendampingan yang relevan dengan kebutuhan generasi digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya akan memperkuat pemahaman akademis, tetapi juga memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan budaya kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan objek penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, dengan sampel yang diambil sebanyak 61 responden melalui teknik purposive sampling agar sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Variabel yang diteliti terdiri dari jejaring sosial (X1) dan teknologi digital (X2) sebagai variabel independen, serta minat berwirausaha (Y) sebagai variabel dependen. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan bantuan

program SPSS versi 25 dengan tahapan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda dengan persamaan $Y=4,950+0,262X1+0,627X2$, serta pengujian hipotesis melalui uji t (parsial), uji F (simultan), dan perhitungan koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

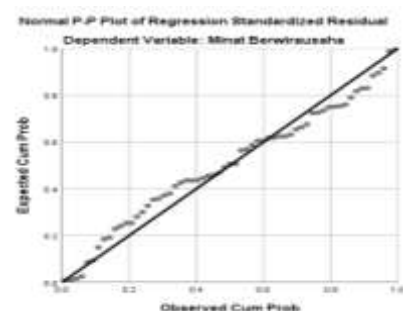
A. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linier yang digunakan memenuhi beberapa asumsi dasar agar hasil analisis dapat valid, tepat dan tidak bias. Uji asumsi klasik ini penting untuk menjamin model regresi, terutama dalam metode *Ordinary Least Square (OLS)*. Uji asumsi klasik yang harus dipenuhi meliputi; uji normalitas residual, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi.

2. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan Plot Probabilitas Normal (P-Plot) dan Kolmogorov-Smirnov. Agar dasar pengambilan keputusan normalitas terpenuhi pada uji P-Plot maka titik-titik data terkumpul di sekitar garis. Berikut hasil uji P-Plot:



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-Plot

Hasil uji normalitas P-Plot dapat dikatakan jika titik-titik pada data berada di sekitar garis miring atau mengikuti garis diagonalnya. Berdasarkan data gambar di atas, titik-titik mengikuti garis diagonalnya yang artinya data dapat dikatakan normal. Selanjutnya, untuk memperkuat data melalui uji P-Plot maka dilakukan uji Kolmogorov-Smirnov. Berikut hasil uji Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.089
Test Statistic		.200 ^{c,d}
Asymp. Sig. (2-tailed)		
a. Test distribution is Normal		
b. Calculated from data		

Dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov data dapat dikatakan normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 ($>0,05$). Menurut hasil table di atas, diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,200, yang artinya $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan data dikatakan normal.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mendeteksi adanya kolerasi tinggi antara variabel independent dalam sebuah model regresi. Multikolinieritas dapat menyebabkan ketidakstabiln estimasi koefisien regresi, meningkatkan kesalahan standar, dan menurunkan keakuratan model prediksi, sehingga interpretasi hasil menjadi kurang dapat dipercaya. Tujuan dilakukannya uji multikolinieritas ini adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independent), (Hutasuhut et al., 2024). Metode yang sering digunakan untuk menguji multikolinieritas antara yang lain adalah dengan menghitung Variance Inflation Factor (VIF), yang jika nilainya 10 dianggap menunjukkan multikolinieritas serius, serta menghitung nilai toleransi sebaliknya, yaitu toleransi rendah menandakan multikolinieritas tinggi.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	B	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	4.950	5.329		.945	.349	
	Jejaring Sosial	.262	.089	.336	2.927	.005	.624 1.602
	Teknologi Digital	.627	.154	.467	4.069	.000	.624 1.602

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

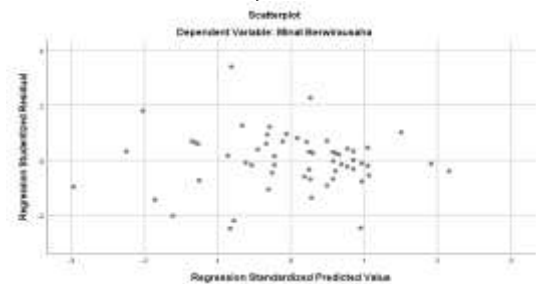
Berdasarkan table 2 di atas diperoleh nilai *tolerance value* jejaring social (X1) dan Teknologi Digital (X2) lebih besar dari 0,10

($>0,10$) yaitu sebesar 0,624 begitu juga dengan nilai VIF kedua variabel independent kurang dari 10, yaitu masing-masing bernilai sebesar 1,602, maka dapat disimpulkan model regresi penelitian yang dilakukan tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel independent.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat lainnya (Hutasuhut et al., 2024). Model regresi yang berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Untuk mengetahui suatu instrument terdapat heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada tidak nya pola grafik regresi, jika ada pola pada grafik regresi maka telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak terjadi pola yang jelas atau pola yang menyebar di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 2 di atas, hasil uji heteroskedastisitas scatterplot di atas, menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak atau tidak membentuk suatu pola yang jelas, dan pola tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang dilakukan.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui kontribusi secara simultan antara Jejaring Sosial dan Teknologi Digital terhadap Minat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Medan, maka digunakan regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan suatu teknik perluasan regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat (Rahayu & Hastuti, 2023).

Uji analisis regresi linier berganda ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan (positif atau negatif) antara variabel-variabel tersebut dan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel bebas yang ada. Hasil uji regresi linier berganda memberikan informasi penting tentang seberapa besar signifikan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen yang ingin di teliti.

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.950	5.239		.945	.349
Jejaring Sosial	.262	.089	.336	2.927	.005
Teknologi Digital	.627	.154	.467	4.069	0

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Dari hasil uji regresi linier berganda pada table 3 *Coefficients^a* dapat dilihat bahwa diperoleh persamaan dari rumus regresi linier berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ (Riduan, 2010): 25) yaiyu $Y = 4.950 + 0,262 X_1 + 0,627 X_2$ yang penjelasannya sebagai berikut:

- (a) merupakan konstanta yang besarnya 4, 950 menyatakan bahwa jika variabel independent (Jejaring Sosial dan Tekonologi Digital) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependent (minat berwirausaha) sebesar 4,950.
- (b₁) merupakan koefisien regresi dari X₁ sebesar 0,262 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X₁ dengan asumsi variabel lain(X₂) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,262.
- (b₂) merupakan koefisin regresi X₂ sebesar 0,627 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X₂ dengan asumsi variabel lain (X₁) konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,627.

6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian, apakah diterima atau ditolak. Uji hipotesis dalam penelitian terdiri dari uji t dan uji f yang dilakukan

untuk mengetahui variabel bebas jejaring social (X1) dan teknologi digital (X2) terhadap variabel terikat minat berwirausaha (Y) baik secara parsial maupun secara simultan.

a) Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk menguji pengaruh jejaring social dan teknologi digital terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa secara parsial signifikan atau tidak. Dalam penelitian ini digunakan pembanding antara t_{hitung} dan t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan program SPSS versi 25, diperoleh hasil pengujian uji t dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4. Hasil Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.950	5.239		.945	.349
Jejaring Sosial	.262	.089	.336	2.927	.005
Teknologi Digital	.627	.154	.467	4.069	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan table 4 di atas, diketahui bahwa variabel Jejaring Sosial (X1) memiliki t_{hitung} sebesar 2,927 dan nilai t_{tabel} diperoleh sebesar 2,00172 dan nilai signifikansi 0,005 yang berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol atau H_0 ditolak dan hipotesis alternatif atau H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Jejaring Sosial (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Selanjutnya diketahui bahwa pada variabel Teknologi Digital (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,069 dan nilai t_{tabel} diperoleh sebesar 2,00172 dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol atau H_0 ditolak dan hipotesis alternatif H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Teknologi Digital(X2) terhadap minat berwirausaha (Y) di

Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

b) Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu jejaring social (X1) dan teknologi digital (X2) secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat yaitu minat berwirausaha (Y). Dalam penelitian yang dilakukan ini menggunakan perbandingan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan pembilang (m-1) dan penyebut (N-m), N (jumlah sampel) dan m (jumlah variabel bebas). Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan bantuan program SPSS versi 25, diperoleh hasil pengujian uji f dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum Of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	616.626	2	308.313	31.810	.000 ^b
	Residual	562.161	58	9.692		
	Total	1.178.787	60			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Teknologi Digital Jejaring Sosial

Berdasarkan table 5 di atas diketahui nilai F_{hitung} pada kolom F yaitu sebesar 31,810 dan nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 3,980. Jadi dapat diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $31,810 > 3,980$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis nol atau H_0 ditolak dan hipotesis alternatif H_a diterima. Maka seluruh variabel independent berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap variabel dependent minat berwirausaha mahasiswa.

7. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.507	311.327

a. Predictors: (Constant), Teknologi Digital, Jejaring Sosial

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 6 dapat diketahui bahwa koefisien korelasi pada kolom R sebesar 0,723 dan nilai determinan pada kolom adjusted R Square sebesar 0,507 atau sebesar 50,7%. Hal ini

menunjukkan bahwa 50,7% perubahan pada variabel Y yang dipengaruhi oleh perubahan variabel X1 dan variabel X2. Sedangkan sisanya sebesar 49,3 % dipengaruhi oleh faktor lain dari luar variabel X1 dan variabel X2 yang mempengaruhi minat berwirausaha.

B. Pembahasan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi seluruh asumsi klasik, sehingga dapat dipastikan bahwa model layak untuk dianalisis lebih lanjut. Uji normalitas dengan P-Plot menunjukkan bahwa titik data menyebar mengikuti garis diagonal, dan hal ini didukung oleh uji Kolmogorov-Smirnov dengan nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Kondisi ini mengindikasikan bahwa residual terdistribusi normal. Uji multikolinieritas juga menunjukkan bahwa variabel jejaring sosial dan teknologi digital tidak saling mempengaruhi secara berlebihan karena nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, yang berarti tidak ada masalah multikolinieritas. Selanjutnya, uji heteroskedastisitas menghasilkan sebaran titik residual yang acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga model terbebas dari heteroskedastisitas. Dengan demikian, hasil pengujian asumsi klasik ini menguatkan validitas model regresi yang digunakan untuk menganalisis pengaruh jejaring sosial dan teknologi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh, yaitu $Y = 4,950 + 0,262X_1 + 0,627X_2$, mengindikasikan bahwa baik jejaring sosial maupun teknologi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Artinya, semakin tinggi pemanfaatan jejaring sosial maupun teknologi digital, semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dari kedua variabel, teknologi digital memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan jejaring sosial, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresi yang lebih besar, yaitu 0,627 dibandingkan 0,262. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa lebih terdorong untuk berwirausaha ketika mereka mampu memanfaatkan perkembangan teknologi digital, misalnya melalui media sosial, marketplace, atau aplikasi bisnis digital, yang secara langsung mempermudah promosi, transaksi, serta perluasan jangkauan pasar.

Uji hipotesis memperkuat hasil ini. Secara parsial, jejaring sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai thitung sebesar $2,927 > \text{ttabel } 2,00172$ dan signifikansi $0,005 < 0,05$. Begitu pula teknologi digital yang memiliki nilai thitung sebesar $4,069 > \text{ttabel } 2,00172$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa keduanya memiliki kontribusi penting dalam mendorong mahasiswa untuk memiliki minat berwirausaha. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, ditunjukkan dengan nilai Fhitung sebesar $31,810 > \text{Ftabel } 3,980$ dengan signifikansi $0,000$. Sementara itu, nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar $0,507$ menunjukkan bahwa $50,7\%$ variasi minat berwirausaha mahasiswa dapat dijelaskan oleh jejaring sosial dan teknologi digital, sedangkan sisanya $49,3\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti modal, motivasi pribadi, dukungan keluarga, dan faktor pendidikan kewirausahaan.

Apabila dikaitkan dengan teori terdahulu, hasil penelitian ini sejalan dengan teori kewirausahaan yang menyebutkan bahwa faktor eksternal seperti jaringan sosial dan pemanfaatan teknologi memiliki peranan penting dalam mempengaruhi minat maupun perilaku kewirausahaan. Menurut Schumpeter dalam teori inovasi kewirausahaan, penggunaan teknologi merupakan pendorong utama terciptanya peluang usaha baru karena mempermudah terciptanya inovasi, akses pasar, serta efisiensi produksi. Hal ini mendukung hasil penelitian yang menemukan bahwa teknologi digital memiliki pengaruh signifikan dan bahkan lebih dominan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

Selain itu, hasil penelitian ini juga konsisten dengan pendapat Granovetter dalam teori *social network*, yang menekankan pentingnya jejaring sosial dalam membentuk perilaku ekonomi. Jejaring sosial memungkinkan seseorang memperoleh akses informasi, sumber daya, serta dukungan sosial yang dapat menjadi modal penting dalam memulai usaha. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian, di mana jejaring sosial terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, meskipun pengaruhnya relatif lebih kecil dibandingkan teknologi digital.

Temuan ini juga didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh (Nasution et al., 2023) menemukan Media sosial berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian lain oleh (Cahayani et al., 2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial yang didukung oleh pendidikan kewirausahaan secara signifikan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, karena kombinasi keduanya mampu menumbuhkan kreativitas, rasa percaya diri, serta memberikan akses luas terhadap peluang bisnis berbasis digital. Hasil penelitian ini juga selaras dengan temuan (Salwendri & Siregar, 2018) yang menyatakan bahwa kombinasi antara jejaring sosial dan pemanfaatan teknologi digital memperbesar peluang mahasiswa untuk mengembangkan ide bisnis menjadi sebuah usaha nyata.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa jejaring sosial dan teknologi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Jejaring sosial terbukti membantu mahasiswa dalam membangun relasi, memperoleh informasi, serta mendapatkan dukungan sosial yang mendorong tumbuhnya minat kewirausahaan. Namun, dibandingkan jejaring sosial, teknologi digital memberikan pengaruh yang lebih dominan. Pemanfaatan teknologi digital seperti marketplace, media sosial, maupun aplikasi bisnis terbukti mempermudah promosi, transaksi, serta memperluas akses pasar sehingga semakin meningkatkan keinginan mahasiswa untuk berwirausaha.

Secara simultan, kedua variabel ini mampu menjelaskan $50,7\%$ variasi minat berwirausaha mahasiswa, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti motivasi pribadi, modal, dukungan keluarga, maupun pendidikan kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun jejaring sosial dan teknologi digital berperan penting, faktor eksternal lain tetap dibutuhkan untuk memperkuat budaya kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa penguasaan teknologi digital dan pemanfaatan jejaring sosial secara produktif menjadi modal utama bagi

mahasiswa untuk mengembangkan orientasi kewirausahaan di era digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pihak perguruan tinggi lebih mengoptimalkan pemanfaatan jejaring sosial dan teknologi digital dalam kegiatan pembelajaran kewirausahaan. Program pelatihan berbasis digital, seperti pembuatan konten bisnis, pengelolaan toko online, serta strategi pemasaran melalui media sosial, perlu diperkuat untuk meningkatkan keterampilan praktis mahasiswa. Selain itu, dosen dan lembaga kampus dapat berperan aktif sebagai fasilitator dengan menyediakan pendampingan dan inkubasi bisnis bagi mahasiswa yang berminat berwirausaha. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti pendidikan kewirausahaan, motivasi pribadi, dan dukungan keluarga agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

DAFTAR RUJUKAN

- 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*, 14(1), 96–102. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i1.47117>
- Garcia, A. R., Filipe, S. B., Fernandes, C., Estevão, C., & Ramos, G. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title.
- Giri, E. L. S., & Sujana, I. N. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(1), 99–117. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v16i1.60890>
- Hutasuhut, S., Permata Sari, I., Firdasari Ajwa, I., Nurbani, K., Catherine Margreth Lubis, M., Balqis, R., & Samuel, Z. (2024). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha di Kalangan Anak Muda. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 2067–2077.
- Mita Rusdiana, Iswati Iswati, Anis Fitriyasaki, & Arief Widjadmoko. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(4), 377–400. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1152>
- Moch. Irfan, & Rusdiana, H. A. (2014). Pustaka Setia Pustaka Setia. *Sistem Informasi Manajemen*, 200.
- Nasution, M. W., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Negeri, U. I., Ali, S., & Ahmad, H. (2023). *Oleh MELATI WAHYUNI NASUTION*.
- Nurina, N., Oktavianti, P. R. M., Farida, F., Sopini, P., Jalil, A., & ... (2024). *Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif*.
- Rahayu, F. R., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka Pgri Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2(8), 2036–2052. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.716>
- Salwendri, & Siregar, O. M. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Peluang Usaha Kelompok Pemuda Karang Taruna di Kelurahan Pulo Brayan Bengkel Medan. *Abdimas Talenta*, 3(2), 373–377.
- Sutrisno, S., Prabowo, H., & Kurniawan, B. (2023). The Effect of Entrepreneurship Education and Social Media on Student's Entrepreneurial Intention: The Perspective of Theory of Planned Behaviour and Social Media Use Theory. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 9(4), 1218. <https://doi.org/10.33394/jk.v9i4.9044>