

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *TIKTOK* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN TAHUN 2021-2022****Rikal Hikaral¹, Yuliana FH²**Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya, Indonesia^{1,2}Rhikal1708@gmail.com¹, yulianafh@fkip.unsri.ac.id²**Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan TikTok di Indonesia, yang tidak hanya sebagai hiburan tetapi juga sebagai sarana penyebaran informasi, termasuk konten kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial TikTok terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya angkatan 2021 dan 2022. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif non-eksperimen dengan pendekatan asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 64 mahasiswa, yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan angket berskala Likert, dengan analisis data berupa statistik deskriptif dan inferensial, termasuk uji korelasi Produk moment dan uji-t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan TikTok berada pada kategori “baik” dengan rata-rata kontribusi 77,93%, dan minat berwirausaha juga dalam kategori “baik” dengan rata-rata 80,16%. Terdapat hubungan yang kuat antara kedua variabel dengan nilai korelasi $r = 0,6923$, dan pengaruh TikTok terhadap minat berwirausaha sebesar 47,93%. Uji-t menunjukkan hasil signifikan ($t_{hitung} = 7,55 > t_{tabel} = 1,67$), sehingga dapat disimpulkan bahwa TikTok berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian TikTok berpotensi sebagai alat yang cukup efektif dalam memberikan informasi kewirausahaan kepada mahasiswa dengan memanfaatkan Platform ini secara bijak dapat mendorong mahasiswa untuk berani mengambil resiko dan memulai usaha sendiri.

Kata Kunci: *Media sosial TikTok, minat berwirausaha mahasiswa***PENDAHULUAN****Latar Belakang**

Di era digital, perkembangan teknologi dan internet telah mengubah pola hidup masyarakat, terutama generasi muda. Aktivitas sehari-hari seperti komunikasi, pendidikan, dan transaksi kini banyak dilakukan secara digital. Salah satu perkembangan paling menonjol adalah meningkatnya penggunaan media sosial, termasuk TikTok, yang kini menjadi platform dengan pengguna terbanyak di Indonesia, mencapai 157,6 juta pengguna (CNBC Indonesia, 2025). TikTok adalah aplikasi media sosial yang dikembangkan oleh Bytemod13, perusahaan teknologi asal Singapura. Aplikasi ini menyediakan layanan yang mendukung pembuatan video pendek dengan efek yang menarik, unik, dan kreatif. Menggunakan layanan teknologi digital berkecepatan tinggi, konten video di aplikasi Tik Tok dapat dengan mudah diunggah ke Internet (Fanaqih 2021). Pendapat lain menyatakan bahwa TikTok adalah aplikasi yang memiliki efek unik dan menarik yang memungkinkan pengguna membuat video pendek dengan hasil yang keren untuk dilihat teman atau orang lain. Aplikasi sosial berbasis video ini memiliki banyak dukungan musik yang mendorong penggunanya untuk berkreasi dan menjadi pembuat konten atau penikmat konten. Dengan berbagi video di aplikasi TikTok, orang dapat dengan cepat mendapatkan informasi tentang kejadian, seperti makanan viral, produk perawatan wajah terlaris, gagasan bisnis, dan kejadian seperti kapal tenggelam (Rahma dkk, 2023).

TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga sarana penyebaran informasi dan inspirasi, termasuk dalam bidang kewirausahaan. Banyak konten kreator yang membagikan pengalaman, tips, dan motivasi bisnis, yang mendorong mahasiswa untuk tertarik memulai usaha. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan 44 jam 54 menit per bulan untuk menggunakan aplikasi tersebut. Angka ini jauh melampaui rata-rata global yang tercatat di 34 jam 56 menit, (Data Reportal 2025). Namun, meskipun penggunaan media sosial meningkat, rasio kewirausahaan di Indonesia masih rendah, yakni hanya 3,47% dari populasi (Ekon, 2022). Kewirausahaan merupakan fenomena sosial yang telah tumbuh dengan cepat dalam upaya menyelesaikan dan menanggulangi berbagai masalah sosial, seperti perbaikan ekonomi dan pengentasan kemiskinan serta pengangguran (Margahana, 2020). Maka kewirausahaan adalah solusi penting untuk mengatasi masalah pengangguran, terutama di kalangan lulusan pendidikan tinggi yang menghadapi persaingan kerja yang ketat (Yuliana dkk., 2023). Adapun minat wirausaha yaitu keinginan seseorang untuk menjadi pengusaha dan menghasilkan uang dari ide kreatif mereka. Pandangan dan pemahaman seseorang tentang kewirausahaan dapat sangat dipengaruhi oleh sumber daya dan kesempatan seperti pendidikan dan modal awal, yang mungkin lebih mudah diakses oleh orang-orang dengan latar belakang ekonomi yang lebih stabil, menggambarkan fakta bahwa anak-anak dari keluarga dengan latar belakang ekonomi rendah tidak memulai sekolah dengan baik dan tidak memiliki akses ke sumber daya keuangan yang diperlukan untuk mendukung akses mereka ke sekolah. Namun, seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, orientasi pendidikan dapat diberikan kepada anak-anak dari segala usia (Amalia dan Hadi, 2024).

Studi pendahuluan yang dilakukan pada akhir tahun 2024 terhadap mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya menunjukkan bahwa 96,5% mahasiswa menggunakan media sosial TikTok, dan 91,2% dari mereka memperoleh wawasan kewirausahaan dari platform tersebut. Namun, di samping manfaatnya, terdapat juga kekhawatiran terhadap konten yang tidak mendidik seperti menggambarkan kesuksesan instan, tanpa memperlihatkan proses atau tantangan yang nyata dalam menjalankan bisnis (Nahla dkk, 2024). Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha, namun masih terbatas pada media sosial secara umum. Penelitian ini menjadi penting karena secara khusus menyoroti TikTok sebagai platform yang dominan digunakan oleh mahasiswa yaitu generasi Z, yang dikenal adaptif terhadap teknologi dan berperan sebagai agen perubahan. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi lebih dalam bagaimana penggunaan TikTok memengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya angkatan 2021–2022.

METODE

Metode yang digunakan pada Penelitian ini adalah kuantitatif yang merupakan proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data angka untuk menganalisis keterangan tentang apa yang ingin diketahui (Berlianti, 2024). Metode kuantitatif non-eksperimen dengan pendekatan asosiatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial TikTok terhadap keinginan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 dan 2022 di Universitas Sriwijaya untuk berwirausaha. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif melalui metode survei. Dalam penelitian ini, sampel diambil menggunakan teknik probabilitas sampel, yang memberikan peluang yang sama

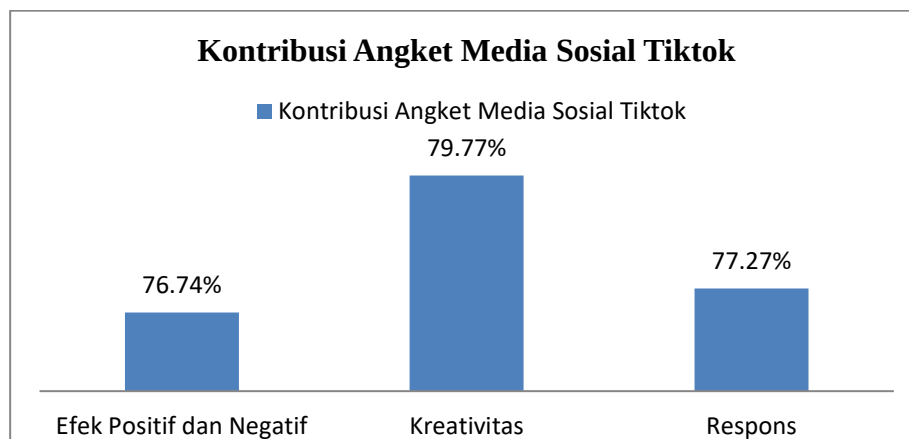
kepada setiap elemen anggota populasi untuk diambil sebagai sampel (Amin dkk., 2023). Subjek dalam penelitian ini adalah 64 mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan Tahun 2021-2022 ditentukan menggunakan rumus Slovin. Desain penelitian menggunakan satu metode untuk pengumpulan data yaitu instrumen angket dengan skala likert yang telah valid dan reliabel. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Statistik inferensial pada penelitian ini menggunakan uji prasyarat yaitu uji normalitas dan linieritas. Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu korelasi product moment, koefisien determinan dan Uji-t.

HASIL PENELITIAN

Hasil angket yang disebarkan kepada 64 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya angkatan 2021 dan 2022 menunjukkan bahwa TikTok memiliki peran penting dalam kehidupan digital mahasiswa yang menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya digunakan sebagai hiburan, tetapi juga dimanfaatkan untuk memperoleh informasi, mengikuti tren, serta berinteraksi secara digital. Nilai positif ini diperkuat dengan minimnya tanggapan negatif, mencerminkan sikap terbuka mahasiswa terhadap TikTok sebagai bagian dari budaya digital mereka. Dengan hasil pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Angket Media Sosial Tiktok

Interval Skor	Frekuensi	Pesentase	Kategori
86% - 100%	14	21,88%	Baik Sekali
74% - 85%	29	45,31%	Baik
61% - 73%	19	29,69%	Cukup
47% - 60%	1	1,56%	Kurang
46% - 0%	1	1,56%	Sangat Kurang
Jumlah	64	100%	



(Sumber : Data primer diolah Mei 2025)

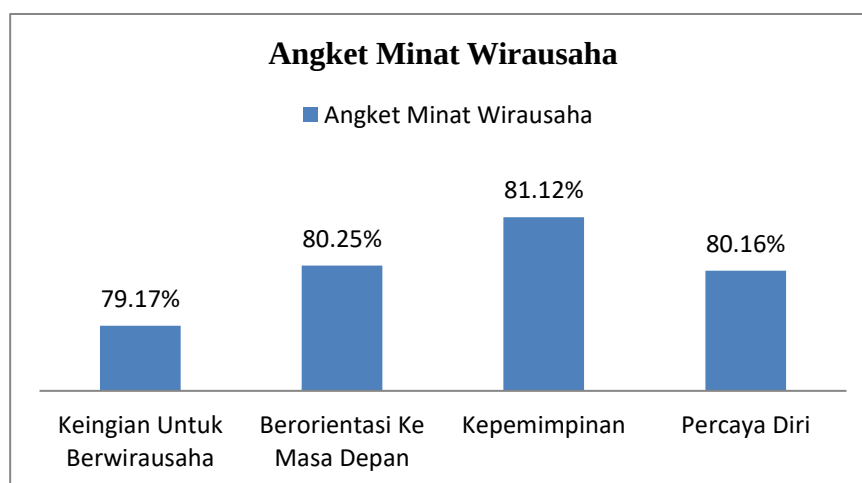
Penggunaan TikTok diukur melalui tiga indikator utama: efek positif dan negatif, kreativitas, dan respons. Hasilnya menunjukkan kontribusi rata-rata sebesar 77,93% dalam kategori "Baik", dengan indikator kreativitas mencatat nilai tertinggi (79,77%). Hal ini menandakan bahwa mahasiswa aktif dalam mengekspresikan ide dan kreativitas melalui konten. Indikator efek positif dan negatif (76,74%) menunjukkan adanya kesadaran mahasiswa terhadap manfaat dan risiko TikTok. Sedangkan indikator respons (77,27%) menggambarkan keterlibatan aktif mahasiswa dalam berinteraksi dengan konten melalui komentar, like, dan berbagi video. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Fitri dkk (2021) dengan menggunakan TikTok responden memiliki pendapat bahwa menyukai TikTok karena

dapat dijadikan referensi dan menggunakan Tiktok dapat menjadi tahu cara memunculkan kreativitas.

Sementara itu, minat berwirausaha mahasiswa juga tergolong tinggi. Sebagian besar responden memberikan penilaian yang di jelaskan pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Angket Minat Wirausaha

Interval Skor	Frekuensi	Pesentase	Kategori
86% - 100%	17	26,56%	Baik Sekali
74% - 85%	33	51,56%	Baik
61% - 73%	13	20,31%	Cukup
47% - 60%	1	1,56%	Kurang
46% - 0%	0	0,00%	Sangat Kurang
	64	100%	



(Sumber : Data primer diolah Mei 2025)

Pengukuran minat berwirausaha diukur melalui empat indikator utama yaitu Indikator keinginan untuk berwirausaha memberikan kontribusi sebesar 79,17%, menggambarkan bahwa mahasiswa memiliki motivasi dan niat yang kuat untuk memulai usaha secara mandiri. Selain itu, indikator berorientasi ke masa depan dengan kontribusi sebesar 80,25% menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pandangan yang jauh ke depan dan kesiapan untuk menghadapi berbagai tantangan dalam dunia kewirausahaan, sehingga mampu merencanakan dan mengambil langkah strategis demi keberlangsungan usaha. Indikator kepemimpinan memiliki kontribusi tertinggi sebesar 81,12%, yang mengindikasikan kemampuan mahasiswa dalam memimpin, mengarahkan, dan mengelola usaha maupun tim secara efektif, suatu modal penting dalam pengembangan wirausaha. Sementara itu, indikator percaya diri berkontribusi sebesar 80,16%, yang menunjukkan bahwa mahasiswa merasa yakin akan kemampuan diri sendiri dalam mengambil risiko, membuat keputusan, dan mengatasi hambatan dalam proses berwirausaha. Analisis terhadap variabel minat wirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya angkatan 2021 dan 2022 menunjukkan bahwa minat berwirausaha tergolong baik, dengan rata-rata kontribusi indikator mencapai 80,16%. Hasil di atas sejalan dengan penelitian Astuti (2021) Ciri -ciri wirausahawan ditampakkan dalam rasa percaya diri sebesar 82% berorientasi pada hasil sebesar 83% keberanian mengambil risiko sebesar 75% kepemimpinan sebesar 83% keorisinilan 77% dan berorientasi masa depan sebesar

79%. Rasa percaya diri, berorientasi pada hasil, dan kepemimpinan merupakan ciri-ciri wirausaha yang ditemukan pada sebagian besar mahasiswa STPKat Santo Fransiskus Asisi Semarang.

Tabel 3 Uji Normalitas

Variabel	Rumus	Xhitung	Xtabel
Media Sosial <i>TikTok</i>	<i>chi kuadrat</i>	14,923	82,529
Minat Berwirausaha	<i>chi kuadrat</i>	27,695	77,745

(Sumber : diolah Mei 2025)

Uji statistik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal berdasarkan hasil yang didapatkan artinya data angket media sosial tiktok dan minat berwirausaha dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 4 Uji Linieritas

Variabel	Rumus	Fhitung	Ftabel
Minat Berwirausaha	Regresi Sederhana	0,03	1,81

(Sumber : diolah Mei 2025)

Berdasarkan kriteria keputusan diperoleh hasil $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $0,03 \leq 1,81$ sehingga dinyatakan bahwa data berpola linier.

Tabel 5 Uji Hipotesis

Variabel	Rumus	Hasil	Kesimpulan
Minat Berwirausaha	Korelasi	0,6923.	Kuat
	<i>Pearson Product Momen</i>		
	Korelasi Determinan	47,93%	Berpengaruh
	Uji t	7,55	Berpengaruh

(Sumber : diolah Mei 2025)

Hasil penelitian mengatakan bahwa penggunaan media sosial *TikTok* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya angkatan tahun 2021-2022 menunjukkan bahwa media sosial *TikTok* memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan kata lain *TikTok* terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, yang menunjukkan bahwa media sosial dapat berperan sebagai pendorong dalam mengembangkan minat kewirausahaan dengan pengaruh sebesar 47,93% dan sisanya dipengaruhi faktor lain. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Nasution & Nawawi (2022), yang menyimpulkan bahwa *TikTok Shop* memudahkan mahasiswa dalam promosi usaha, meskipun perlu adanya sikap selektif terhadap potensi risiko digital. Penelitian lain oleh Listiawati dkk (2020) juga mendukung bahwa media sosial berperan penting dalam membangkitkan minat berwirausaha mahasiswa melalui konten inspiratif

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa *TikTok* memiliki pengaruh terhadap keinginan mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2021 dan 2022 untuk berwirausaha. Pengaruh media sosial *TikTok* terhadap minat wirausaha mahasiswa dengan kategori cukup besar. Hasil uji korelasi pearson product moment menunjukkan keterhubungan antar kedua variabel terkategori kuat. Hasil angket minat wirausaha terkategori baik serta rata-rata indikator angket media sosial *TikTok* terkategori baik juga sehingga dapat di dinyatakan bahwa media sosial *TikTok* secara signifikan memberikan

dorongan motivasi terhadap terciptanya suatu minat dalam diri mahasiswa jika menggunakan media sosial TikTok secara bijaksana dan dapat meningkatkan rasio kewirausahaan di Indonesia.

Beberapa pihak disarankan, seperti mahasiswa diharapkan dapat menggunakan platform media sosial TikTok dengan bijak agar dapat mendorong minat berwirausaha, seperti halnya memulai bisnis dengan menggunakannya sebagai media promosi penjualan. Pendidik disarankan untuk memberi siswa kesempatan untuk menggunakan platform bisnis seperti TikTok dan media sosial lainnya, khususnya yang berkaitan dengan kewirausahaan untuk mendukung proses pembelajaran. Selain itu penelitian lainnya dapat menggunakan hasil penelitian ini menjadi referensi untuk penelitian serupa dan pedoman untuk pengembangan penelitian serta penggunaan sampel yang lebih luas, sehingga hasil penelitian yang lebih baik dan kontribusi yang lebih besar untuk perkembangan ilmu pengetahuan.

REFERENSI

- Amalia, H., & Hadi, S. (2024). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Hafidzpreneur. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(1), 953–962. <https://ssed.or.id/contents/article/view/478>
- Amin, N.F., Garancang, S & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* Volume 14, No. 1,
- Astuti, A. (2021). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Pembentukan Jiwa Kewirausahaan di Lingkungan Mahasiswa STPKat Semarang. *Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Katolik*, 1(2), September 2021.
- Berlianti. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data. *Jurnal Reviem Pendidikan Dan Pengajaran*. Vol 7 No.3
- CNBC. (2025) Diambil dari <https://www.cnbcindonesia.com/research/20250126205256-128-606097/makin-kecanduan-warga-ri-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia>
- Ekon. (2022, 04 Februari). Pemerintah Perkuat Ekosistem Kewirausahaan yang Berorientasi pada Nilai Tambah dan Pemanfaatan Teknologi. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3677/pemerintah-perkuat-ekosistem-kewirausahaan-yang-berorientasi-pada-nilai-tambah-dan-pemanfaatan-teknologi>
- Fanaqi c. (2021). TikTok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah*, Vol. 22, No. 1
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. *Jurnal Komunikasi dan Informasi Teknologi*, 13(1), Maret 2021.
- Izul W. Publik RI Habiskan Hampir 45 Jam Sebulan di TikTok, Kalahkan Rata-rata Global. 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/publik-ri-habiskan-hampir-45-jam-sebulan-di-tiktok-kalahkan-rata-rata-global-OxYPF>
- Listiawati, M., C. D. S. I., & Susantiningrum (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Di Mahasiswa Fkip Uns. *Jkb* Vol.25 No.1
- Margahana, H. (2020). Pengaruh Entrepreneurship terhadap Penanggulangan Pengangguran melalui Pemberdayaan Masyarakat di Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 7(3)
- Nahla, Z., Setiawan, B., & Nabila, A. F. (2024). Dampak TikTok terhadap Penurunan Etika Generasi Muda. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*, 4(2), 136-148.

- Nasution, M, A & Nawawi, M, Z (2022), Pemanfaatan Sosial Media Tiktok sebagai Strategi Promosi dalam Berwirausaha Perspektif Ekonomi Islam. *JIEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*. 3155-3163
- Rahma, A., Azizi, H., Wulandari, L., Sahertian, N., & Sumanti, W. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. *Cenderawasih Journal of Counseling and Education*, 2(2), 58-67. <https://doi.org/10.31957/cjce.v2i2.2647>
- Yuliana, F. H., Hasmiyanti, D., Susanti, E., & Budiman, M. A. (2023). Menumbuhkan Semangat Wirausaha Mahasiswa melalui Webinar Kewirausahaan Berkelanjutan. *Jurnal Warta LPM*, 26(1), 22-30. <https://doi.org/10.23917/warta.v26i1.769>