



Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE IBMT Surabaya

Hilmania¹, Is Fadhillah², Anis Fitriyasari³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

ARTICLE INFO

Article history:

Received January 11, 2024

Revised January 20, 2024

Accepted January 30 2024

Available online February 15, 2024

Kata Kunci:

Ekspektasi Pendapatan; Media Sosial Tiktok; Minat Berwirausaha

Keywords:

Income Expectation; Tiktok social media; Entrepreneurial Interest



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. Copyright © 2023 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial Tiktok terhadap minat berwirausaha mahasiswa STIE IBMT Surabaya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuesioner (angket) untuk mencari data langsung dari mahasiswa yang diambil sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel ekspektasi pendapatan memiliki nilai t hitung sebesar 4,107, yang melebihi nilai t tabel sebesar 2,001. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ekspektasi pendapatan, semakin tinggi minat berwirausaha mahasiswa. Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki harapan pendapatan yang tinggi cenderung lebih tertarik untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha. Selain itu, penelitian ini juga menemukan pengaruh signifikan penggunaan media sosial Tiktok terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial Tiktok memiliki nilai t hitung sebesar 3,312, yang juga melebihi nilai t tabel sebesar 2,001. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Tiktok memiliki dampak positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Media sosial Tiktok memberikan sarana komunikasi yang luas, tanpa batasan jarak dan waktu,

serta akses yang mudah. Oleh karena itu, mahasiswa dapat memanfaatkan platform ini untuk memasarkan produk dan mengembangkan ide-ide kreatif dalam rangka berwirausaha.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of income expectations and the use of Tiktok social media on entrepreneurial interest of STIE IBMT Surabaya students. In this study the authors used a questionnaire method (questionnaire) to find data directly from students who were taken as samples. The results showed that there is a significant effect of income expectations on student entrepreneurial interest. The results of the t test show that the income expectations variable has a t value of 4.107, which exceeds the t table value of 2.001. This shows that the higher the income expectations, the higher the student entrepreneurial interest. In other words, students who have high income expectations tend to be more interested in engaging in entrepreneurial activities. In addition, this study also found a significant effect of using Tiktok social media on students' entrepreneurial interest. The results of the t test show that the variable use of Tiktok social media has a calculated t value of 3.312, which also exceeds the t table value of 2.001. This shows that the use of Tiktok social media has a positive impact on student entrepreneurship interest. Tiktok social media provides a broad means of communication, without distance and time restrictions, and easy access. Therefore, students can utilize this platform to market products and develop creative ideas for entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Hasil survei Sakernas BPS menunjukkan adanya penurunan yang signifikan dalam tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia, turun menjadi 5,86 persen atau sekitar 8,43 juta orang. Penurunan ini sebesar 0,63 persen dari angka sebelumnya, yang mencapai 6,49 persen pada Agustus 2021. Meskipun jumlah pengangguran masih cukup signifikan, berita penurunan ini tentu merupakan kabar baik bagi perekonomian. Lebih dari itu, mayoritas pengangguran berasal dari kelompok usia 20-24 tahun, yang menyumbang 30,12 persen dari total pengangguran, menunjukkan adanya tantangan khusus dalam menyediakan lapangan kerja bagi generasi muda.

Salah satu faktor yang terus mendorong tingginya tingkat pengangguran terdidik adalah lonjakan jumlah lulusan perguruan tinggi setiap tahunnya. Meskipun pendidikan tinggi diharapkan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, namun kenyataannya, jumlah lulusan yang masuk ke pasar kerja jauh

*Hilmania

E-mail addresses: hilmania27@gmail.com

melampaui ketersediaan lapangan kerja yang sesuai. Fenomena ini menjadi cerminan dari ketidakseimbangan antara tuntutan pasar kerja dan kesiapan tenaga kerja. Sebagai hasilnya, meskipun memiliki gelar pendidikan tinggi, banyak individu tetap menghadapi tantangan dalam memasuki dunia kerja. Dalam era Revolusi Industri 4.0, di mana teknologi semakin menggantikan peran manusia dengan otomasi mesin yang mandiri, mencari pekerjaan menjadi semakin sulit, sementara persaingan tidak hanya berasal dari dalam negeri tetapi juga dari pasar global.

Beroperasi secara online telah menjadi pilihan yang menguntungkan bagi para wirausahawan, terutama di Indonesia yang mengalami peningkatan nilai transaksi perdagangan elektronik. Semakin meningkatnya penggunaan media sosial sebagai alat untuk mendukung kegiatan wirausaha juga menjadi fenomena yang semakin diakui. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang populer, tidak hanya digunakan sebagai media hiburan tetapi juga sebagai sarana untuk mempromosikan bisnis melalui fitur-fitur seperti iklan, e-commerce, dan live streaming.

Peluang untuk mengembangkan keterampilan wirausaha melalui TikTok menjadi semakin besar bagi mahasiswa. Mahasiswa cenderung lebih aktif secara online dan memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi. Namun demikian, mayoritas mahasiswa menghadapi kendala terkait ketidakpastian akan pendapatan dan hasil usaha di masa depan. Selain itu, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam bidang wirausaha, terutama dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk berwirausaha, menjadi tantangan yang perlu diatasi.

METODE

Desain penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis asosiatif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat diukur secara numerik untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Studi ini bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau memprediksi fenomena yang berkaitan dengan pengaruh ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial TikTok terhadap minat berwirausaha.

Pada tahap pengumpulan data, peneliti menggunakan metode kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan tanggapan dari responden. Kuesioner ini difokuskan pada tiga variabel utama: Ekspektasi Pendapatan, Penggunaan Media Sosial, dan Minat Berwirausaha. Kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup yang memungkinkan responden memberikan jawaban secara cepat dan mudah dengan memilih opsi yang telah disediakan. Teknik pengumpulan data ini diharapkan dapat menghasilkan data yang akurat dan relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan berbagai teknik statistik. Langkah-langkah analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik seperti uji normalitas data dan uji multikolinieritas, serta uji regresi linier berganda. Analisis juga mencakup uji hipotesis untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel dan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa baik variabel independen menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Selain itu, analisis statistik deskriptif juga dilakukan untuk memberikan gambaran tentang karakteristik data dan ukuran numerik yang penting.

HASIL

Analisis

Uji Validitas

Uji validitas kuesioner dalam penelitian ini dilakukan kepada 62 orang responden dengan $df = N - 2$. Dimana sebanyak 62 responden dikurang 2 menjadi 60. Didapat hasil r tabel sebesar 0,250. Hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Ekspektasi Pendapatan (X1)

Variabel	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan	
Ekspektasi Pendapatan (X1)	X1.1	0,747	0,250	0,00	Valid
	X1.2	0,782	0,250	0,00	Valid
	X1.3	0,830	0,250	0,00	Valid
	X1.4	0,739	0,250	0,00	Valid
	X1.5	0,559	0,250	0,00	Valid
	X1.6	0,704	0,250	0,00	Valid

Sumber: Data Primer diolah peneliti, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel ekspektasi pendapatan (X1) memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, yaitu 0,250. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 6 (enam) butir pertanyaan pada variabel ekspektasi pendapatan (X1) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Media Sosial TikTok (X2)

Variabel	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan	
Peinggunaan Meidia Soisial TikToik (X2)	X2.1	0,547	0,250	0,00	Valid
	X2.2	0,688	0,250	0,00	Valid
	X2.3	0,788	0,250	0,00	Valid
	X2.4	0,645	0,250	0,00	Valid
	X2.5	0,577	0,250	0,00	Valid
	X2.6	0,542	0,250	0,00	Valid
	X2.7	0,524	0,250	0,00	Valid

Sumber: Data Primer diolah peneliti, 2023

Tabel 2 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel penggunaan media sosial TikTok (X2) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,250. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 12 (dua belas) butir pertanyaan pada variabel penggunaan media sosial TikTok (X2) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Variabel	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan	
Minat Beirwirausaha (Y)	Y.1	0,640	0,250	0,00	Valid
	Y.2	0,632	0,250	0,00	Valid
	Y.3	0,524	0,250	0,00	Valid
	Y.4	0,619	0,250	0,00	Valid
	Y.5	0,614	0,250	0,00	Valid
	Y.6	0,678	0,250	0,00	Valid
	Y.7	0,706	0,250	0,00	Valid
	Y.8	0,679	0,250	0,00	Valid

Sumber: Data Primer diolah peneliti, 2023

Tabel 3 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel minat berwirausaha (Y) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,250. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 (delapan) butir pertanyaan pada variabel minat berwirausaha (Y) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut dilakukan secara berulang. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	82,694	77,724	,435	,877
X1.2	82,581	77,952	,470	,875
X1.3	82,452	78,088	,428	,877
X1.4	82,355	78,003	,445	,876
X1.5	82,532	78,745	,411	,877
X1.6	82,274	79,743	,422	,876
X2.1	82,161	80,433	,419	,877
X2.2	82,339	78,654	,467	,875
X2.3	82,452	77,432	,552	,873
X2.4	82,226	81,063	,378	,878
X2.5	82,500	77,795	,487	,875
X2.6	82,387	82,241	,244	,880
X2.7	82,581	80,182	,386	,877
X2.8	82,355	80,003	,409	,877
X2.9	82,710	80,144	,316	,880
X2.10	82,339	78,424	,598	,873
X2.11	82,323	79,534	,445	,876
X2.12	82,323	79,665	,566	,874
Y1	82,403	78,999	,468	,875
Y2	82,274	78,956	,471	,875

Y3	82,274	78,956	,408	,877
Y4	82,403	79,392	,418	,877
Y5	82,484	79,008	,470	,875
Y6	82,306	77,790	,623	,872
Y7	82,548	79,530	,449	,876
Y8	82,468	80,056	,378	,878

Sumber : Hasil Olah Data menggunakan SPSS 20 2023

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa koefisien reliabilitas variabel ekspektasi pendapatan, penggunaan media sosial TikTok dan minat berwirausaha $> 0,6$ yang berarti instrument penelitian tersebut dinyatakan "reliabel" dan layak dijadikan variabel dalam pengukuran penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Apabila didapatkan nilai sig. $> \alpha = 0,05$, maka model tersebut normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan SPSS dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,78454079
Most Extreme Differences	Absolute	,123
	Positive	,076
	Negative	-,123
Kolmogorov-Smirnov Z		,968
Asymp. Sig. (2-tailed)		,305
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Hasil olah data menggunakan SPSS 20 2023

Berdasarkan pada Tabel 5 pada uji normalitas diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,305 > 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel independent (ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial TikTok) model regresi. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *variance Inflation factor* (VIP) dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	8,241	3,245		2,539	,014		
1 Ekspektasi	,434	,106	,433	4,107	,000	,952	1,050
Pendapatan							
Penggunaan Media Sosial TikTok	,248	,075	,349	3,312	,002	,952	1,050

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Hasil olah data menggunakan SPSS 20 2023

Berdasarkan pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai VIF dikatakan memiliki gejala multikolinieritas apabila $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* $< 0,1$. Pada masing-masing variabel nilai VIF dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Ekspektasi Pendapatan : $VIF 1,050 < 10$ dan nilai *Tolerance* $0,952 > 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat multikolinearitas.
- Penggunaan Media Sosial TikTok: $VIF 1,050 < 10$ dan nilai *Tolerance* $0,952 > 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat multikolinearitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8,241	3,245		2,539	,014
	Ekspektasi Pendapatan	,434	,106	,433	4,107	,000
	Penggunaan Media Sosial TikTok	,248	,075	,349	3,312	,002

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Hasil olah data menggunakan SPSS 20 2023

Berdasarkan tabel 7 didapatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 8,241 + 0,434(X_1) + 0,248(X_2)$$

Keterangan:

- X1 = Ekspektasi Pendapatan
 X2 = Penggunaan Media Sosial TikTok
 Y = Minat Berwirausaha

Hasil persamaan regresi berganda diatas memberikan pengertian bahwa Ekspektasi Pendapatan (X1), Penggunaan Media Sosial TikTok (X2), berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha (Y).

- Konstanta (a) memiliki nilai 8,241 menunjukkan bahwa jika nilai X1 (ekspektasi pendapatan) dan X2 (penggunaan media sosial TikTok) sama dengan nol, maka Y (minat berwirausaha) sebesar 8,241.
- Koefisien ekspektasi pendapatan (X1) b_1 memberikan nilai sebesar 0,434 yang berarti setiap penambahan satu kesatuan variabel ekspektasi pendapatan (X1) maka minat berwirausaha (Y) akan meningkat sebesar 0,434.
- Koefisien penggunaan media sosial TikTok (X2) b_2 memberikan nilai sebesar 0,248 yang berarti setiap penambahan satu kesatuan variabel penggunaan media sosial TikTok (X2) maka minat berwirausaha (Y) akan meningkatkan sebesar 0,248.

Uji T (Parsial)

Uji t dipergunakan untuk mengukur pengaruh tingkat signifikansi hubungan secara parsial antara masing-masing variabel bebas yang meliputi variabel ekspektasi pendapatan (X1) dan ekspektasi pendapatan (X2) terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Hal ini sebagaimana ditampilkan pada gambar 4.8 pada uji regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji T Parsial

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8,241	3,245		2,539	,014
	Ekspektasi Pendapatan	,434	,106	,433	4,107	,000
	Penggunaan Media Sosial TikTok	,248	,075	,349	3,312	,002

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Hasil olah data menggunakan SPSS 20 2023

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 8 diatas, diketahui t tabel = $(\alpha/2 ; n - k - 1)$. T tabel = $(0,025 ; 59) = 2,001$. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh ekspektasi pendapatan (X1) terhadap minat berwirausaha (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,107 > t$ tabel 2,001, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh ekspektasi pendapatan (X1) terhadap minat berwirausaha (Y)

- Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh penggunaan media sosial TikTok (X2) terhadap minat berwirausaha (Y) adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,312 > t$ tabel 2,001, sehingga

dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh penggunaan media sosial TikTok (X2) terhadap minat berwirausaha (Y).

Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Hasil uji simultan F dapat dilihat pada tabel 9:

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	284,510	2	142,255	17,745	,000 ^b
Residual	472,974	59	8,017		
Total	757,484	61			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha
b. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial TikTok, Ekspektasi Pendapatan

Sumber : Hasil olah data menggunakan SPSS 20 2023

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.15 diatas, diketahui $F_{tabel} = f(k;n-k) = (2;60) = 3,15$. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh ekspektasi pendapatan (X1) dan penggunaan media sosial TikTok (X2) secara simultan terhadap minat berwirausaha (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} 17,745 > f_{tabel} 3,15$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terhadap pengaruh ekspektasi pendapatan (X1) dan penggunaan media sosial TikTok (X2) secara simultan terhadap minat berwirausaha (Y).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji secara determinan dengan menggunakan SPSS sebagaimana pada Tabel 10 berikut ini:

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,613 ^a	,376	,354	2,83134

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial TikTok, Ekspektasi Pendapatan

Sumber : Hasil olah data menggunakan SPSS 20 2023

Berdasarkan output pada tabel 4.16 diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai R sebesar 0,613 yang menunjukkan bahwa korelasi / hubungan antara variabel Ekspektasi pendapatan dan Penggunaan Media Sosial TikTok yaitu sebesar 61,3%.
- R square sebesar 0,376. Berarti minat berwirausaha mampu dipredikasi oleh ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial TikTok sebesar 37,6%. Sedangkan sisanya 62,4% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Nilai adjust r quare atau koefisien determinasi adalah 0,354. Berarti Ekspektasi pendapatan dan Penggunaan Media Sosial TikTok mampu menjelaskan variabel minat berwirausaha sebesar 35,4% sedangkan sisanya 64,6% variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Ada dua pilihan, memakai R square atau adjusted R square, apabila jumlah variabel lebih dari 2 maka digunakan adjusted R square. Sehingga nilai yang digunakan dalam koefisien determinasi adalah 35,4%
- Standar error of estimate adalah sebesar 2,83134. Yang berarti bahwa tingkat kesalah penaksiran dari model regresi linier berganda pada penelitian ini adalah 2,83134.

PEMBAHASAN

Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE IBMT

Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE IBMT

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa variabel ekspektasi pendapatan memiliki nilai t hitung $4,107 > t_{tabel} 2,001$. Maka dengan demikian nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Besarnya harapan atau ekspektasi pendapatan yang akan diterima nantinya menjadi tolak ukur saat memutuskan apakah akan menjadi seorang wirausahawan atau tidak. Apalagi dilihat dari

karakteristik responden yang merupakan mahasiswa manajemen tingkat akhir yang sudah dibekali ilmu kewirausahaan dan akan menentukan pilihan karirnya. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Hendrawan & Hani, 2017; Mardisetosa et al., 2020) Wirausahawan muda merupakan salah satu pelaku usaha handal yang dibutuhkan negara karena kontribusi dan peranan mereka akan membantu keberhasilan pembangunan nasional.

Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE IBMT

Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE IBMT

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, menunjukkan bahwa hasil Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa berpengaruh secara parsial dari hasil thitung 3,312 > ttabel 2,001 dan nilai signifikansi adalah sebesar 0,002 < 0,05. Maka dengan demikian nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Penggunaan Media Sosial TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.

TikTok cukup berperan besar pada minat berwirausaha pada mahasiswa karena manfaat yang dirasakan untuk semua kebutuhan dan keinginan pengguna serta mudah diakses oleh semua kalangan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ekspektasi pendapatan dan penggunaan media sosial TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa STIE IBMT Surabaya. Ekspektasi pendapatan yang tinggi secara positif berdampak pada peningkatan minat berwirausaha, demikian pula dengan penggunaan media sosial TikTok yang juga berkontribusi dalam meningkatkan minat tersebut. Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, disarankan untuk meningkatkan motivasi melalui pembekalan keterampilan wirausaha dan pembagian contoh-contoh kesuksesan wirausaha. Selain itu, mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial, terutama TikTok, sebagai sarana untuk membangun bisnis online dan memperluas jangkauan audiensnya, sehingga dapat menghasilkan pendapatan yang signifikan.

Saran yang dapat diberikan adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam wirausaha melalui pelatihan dan workshop, serta memberikan dukungan dan fasilitas bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha. Selain itu, mahasiswa juga perlu lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana untuk mempromosikan produk atau jasa mereka secara kreatif dan efektif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menyelidiki faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi minat berwirausaha serta menggali pengaruh media sosial lainnya yang sedang populer untuk menjadi topik penelitian baru.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada Bapak Aria Pandu Wicaksana, Ibu Is Fadhillah, Ibu Anis Fitriyarsari, Ibu Iswati, seluruh dosen IBMT, orang tua tercinta, teman-teman sejawat, dan semua responden yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Ihza Maulana Ibrahim & Muslimin. (2022). Peingaruh Ei-Coimmeircei, Eikspeiktasi Peindapatan, dan Sisteim Infoirmasi Akuntansi Teirhadap Peingambilan Keiputusan Untuk Beirwirausaha. *J SMA (Jurnal Sains Manajeimein dan Akuntansi)*, 14(1), 30–43. <https://doi.org/10.37151/jsma.v14i1.90>
- Ahda Aulia Fajriah, Halimatu Sadiyah, & Deidei Indra Seitiabudi. (2022). PEiNGGUNAAN MEiDIA PEiMBEiLAJARAN POiP-UP BOiOiK DALAM MEiNINGKATKAN HASIL BEiLAJAR SISWA DI SEiKOLAH DASAR. *Jurnal Riseit soisial humanioira, dan peindidikan*, 1(2), 51–58. <https://doi.org/10.56444/soishumdik.v1i2.74>
- Andi Rinda Oiktariani, Mustari, Agus Syam, Muhammad Hasan, & Inanna. (2021). Peingaruh Eikspeiktasi Peindapatan dan Lingkungan Keiluarga teirhadap Minat Beirwirausaha Peiseirta Didik. *Joiurnal oif Eicoinoimic Eiducatioin and Eintreipreineurship Studieis*, 2(1), 101–109. <https://doi.org/10.26858/jei3s.v2i1.91>
- Andriyani, N., Nusantoiroi, J., & Darmayanti, Ei. F. (n.d.). *Peingaruh Adveirsity Quoitieint, Peingalaman, Liteirasi Eikoinoimi, Dan Eikspeiktasi Peindapatan Teirhadap Minat Mahasiswa Beirwirausaha*.
- Aprilianty, Ei. (2013). Peingaruh keipribadian wirausaha, peingeitahuan keiwirausahaan, dan lingkungan teirhadap minat beirwirausaha siswa SMK. *Jurnal Peindidikan Voikasi*, 2(3). <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i3.1039>
- Ardiya, L. I. (2020). Peiran Oirang Tua Teirhadap Peinggunaan Soisial Meidia Pada Anak Usia Dini. *Proiceidings oif Thei ICEiCRS*, 8.

- Authoir, A., Noioir, R. M., & Anwar, S. (2022). Peingaruh Moitivasi, Eikspeiktasi Peindapatan, dan Peirsepsi Mahasiswa teirhadap Minat Beirwirusaha deingan Peimahaman Akuntansi seibagai Variabeil Moideirating. *Al-Kharaj: Jurnal Eikoinoimi, Keiuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 227–243. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1165>
- Azizah, L., & Gunawan, J. (2022). *Peingaruh Peimasaran Meidia Soisial TikToik teirhadap Keisadaran Meireik dan Minat Beili Proiduk Koismeitik di Indoineisia*. 11(2).
- Beineidict, Ei., & Arieistya, A. (2020). Peingaruh Peinggunaan Meidia Soisial Instagram teirhadap Sikap Beirdoinasi Meilalui Platfoirm Croiwdfunding. *Ultimacoimm: Jurnal Ilmu Koimunikasi*, 12(2), 167–184. <https://doi.org/10.31937/ultimacoimm.v12i2.1649>
- C, I. S., & Eirdiansyah, R. (2021). Dampak Peinggunaan Meidia Soisial teirhadap Gaya Hidup Heidoinis Mahasiswa Univeirsitas Tarumanagara. *Proiloigia*, 5(1), 8. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8074>
- Deiwa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Peimanfaatan Meidia Soisial Tiktoik Seibagai Meidia Proimoisi Industri Kulineir Di Yoigyakarta Pada Masa Pandeimi Coivid-19 (Studi Kasus Akun TikToik Javafoioidiei). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Hamsun, H., Natsir, M., Milei, Y., & Yuniar, L. S. (2019). PEINGARUH EIKSPEIKTASI PEINDAPATAN, KEIPRIBADIAN, DAN PEINGEITAHUAN KEIWIRUSAHAAN TEIRHADAP MINAT BEIRWIRUSAHA MAHASISWA PROiGRAM STUDI AKUNTANSI UNIVEiRSITAS TADULAKOi. *Jurnal Akun Nabeloi: Jurnal Akuntansi Neitral, Akuntabel, Oibjektif*, 2(1). <https://doi.org/10.22487/j26223090.2019.v2.i1.13484>
- Ilmaniati, A., & Musihudin, M. (2017). Peingaruh Eifikasi Diri dan Eikspeiktasi Peindapatan, Teirhadap Minat Beirwirusaha Siswa SMK (SMK Al-Madina). *Jurnal Meidia Teiknik dan Sisteim Industri*, 1, 41. <https://doi.org/10.35194/jmsti.v1i0.59>
- Koiranti, K. (2013). *ANALISIS PEINGARUH FAKTOiR EIKSTEiRNAL DAN INTEiRNAL TEIRHADAP MINAT BEIRWIRUSAHA*. 5.
- Mardiyah, I. M., & Pudrianisa, S. L. G. (n.d.). *Peingeimasan Iklan Makroi Influeinceir Scarleitt Whiteining di TikToik Untuk Meimbangun Brand Awareineiss*.
- Marsal, A., & Hidayati, F. (2018). *PEINGARUH PEINGGUNAAN MEiDIA SOiSIAL TEIRHADAP KINEiRJA PEiGAWAI DI LINGKUNGAN UIN SUSKA RIAU*. 4(1).
- Mualifah, A. U., & Praseityoiningrum, A. K. (2021). ANALISIS PEINGARUH JiWA WIRUSAHA, AKSEiS MOiDAL, DAN EIKSPEIKTASI PEINDAPATAN TEIRHADAP MINAT BEIRWIRUSAHA (Studi Kasus pada Masyarakat Deisa Kleiteik Keicamatan Pucakwangi Kabupatein Pati). *Jurnal Industri Kreiatif dan Keiwirusahaan*, 3(1). <https://doi.org/10.36441/keiwirusahaan.v3i1.64>
- Noiviantoiroi, G. (n.d.). *PEINGARUH PEINGEITAHUAN KEIWIRUSAHAAN, MOiTIVASI BEIRWIRUSAHA, DAN LINGKUNGAN KEiLUARGA TEIRHADAP MINAT BEIRWIRUSAHA PADA MAHASISWA AKUNTANSI FEi UNY*.
- Oiktaheiriyani, D., Wafa, M. A., & Shadiqiein, S. (n.d.). *ANALISIS PEiRILAKU KOiMUNIKASI PEINGGUNA MEiDIA SOiSIAL TIKTOiK*.
- Poiliateiknik Neigeiri Bali, Suarjana, A. A. G. M., Wahyuni, L. M., & Poiliateiknik Neigeiri Bali. (2017). FAKTOiR PEiNEiNTU MINAT BEIRWIRUSAHA MAHASISWA (SUATU EiVALUASI PEiMBEiLAJARAN). *Jurnal Bisnis dan Keiwirusahaan*, 13(1), 11–22. <https://doi.org/10.31940/jbk.v13i1.687>
- Purwanti, D., & Farhuroihman, Oi. (n.d.). *PEiRAN PEiNDIDIKAN KEiWARGANEiGARAAN TEIRHADAP PEiMBEiNTUKAN KARAKTEiR SISWA KEiLAS 5 DAN 6 SD DALAM PEINGGUNAAN TIKTOiK*.
- Rahardaya, A. K., & Irwansyah, I. (2021). Studi Liteiratur Peinggunaan Meidia Soisial Tiktoik Seibagai Sarana Liteirasi Digital Pada Masa Pandeimi Coivid-19. *Jurnal Teiknoiloigi Dan Sisteim Infoirmasi Bisnis*, 3(2), 308–319. <https://doi.org/10.47233/jteiksis.v3i2.248>
- Roismiati, R., Junias, D. T. S., & Munawar, M. (2015). SIKAP, MOiTIVASI, DAN MINAT BEIRWIRUSAHA MAHASISWA. *Jurnal Manajeimein dan Keiwirusahaan (Joiurnal oif Manageimeint and Eintrepreineirship)*, 17(1), 21–30. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.21-30>
- Satyantoiroi, I. P., Andayani, Ei., & Walipah. (2021). Eifikasi diri, peindidikan keiwirusahaan dan eikspeiktasi peindapatan: Peingaruh teirhadap minat beirwirusaha. *Jurnal Riseit Peindidikan Eikoinoimi*, 6(1), 78–86. <https://doi.org/10.21067/jrpei.v6i1.5324>
- Sireigar, B. G., & Lubis, A. (2022). *PEINGARUH EIKSPEIKTASI PEINDAPATAN DAN LINGKUNGAN KEiLUARGA TEIRHADAP MINAT BEIRWIRUSAHA MAHASISWA*. 6.
- Sugiyoinoi. 2018. Meitoidei Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabait
- Sugiyoinoi (2019). Meitoidei Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alphabeit. Ghoizali ,I., & Latein. H
- Wibisoinei, G. (2019). Meidia Baru dan Nasioinalismei Anak Muda: Peingaruh Peinggunaan Meidia Soisial 'Goioid Neiws Froim Indoineisia' Teirhadap Peirilaku Nasioinalismei. *Jurnal Studi Peimuda*, 6(2), 560. <https://doi.org/10.22146/studipeimudaugm.39264>

- Yuasa, P. (2016). *PEiNGARUH EiKSPEiKTASI PEiNDAPATAN TEiRHADAP MINAT BEiRWIRUSAHA PADA MAHASISWA ANGKATAN 2016 FAKULTAS ILMU SOiSIAL DAN ILMU POiLITIK UNIVEiRSITAS SRIWIJAYA*.
- Zubaidi, A., Junanah, J., & Shoidiq, M. J. (2021). PEiNGEiMBANGAN MEiDIA PEiMBEiLAJARAN MAHÂRAH AL-KALÂM BEiRBASIS MEiDIA SOiSIAL Menggunakan APLIKASI TIKTOiK. *Arabi: Joiurnal oif Arabic Studieis*, 6(1), 119. <https://doi.org/10.24865/ajas.v6i1.341>