

PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA MASYARAKAT KECAMATAN KOPANG KABUPATEN LOMBOK TENGAH

Dian Wulan Apriliana, Muhammad Irwan

Universitas Mataram

aprilianadian292@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan media social facebook terhadap minat berwirausaha Masyarakat kecamatan Kopang kab. Lombok tengah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah anggota komunitas online pengusaha online di Kopang yang terdapat di social media Facebook yang berjumlah 17.202 anggota. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang diambil secara *purposive sampling*, jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus slovin. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang disebarakan melalui *GoogleFrom* kepada responden. Data diolah menggunakan aplikasi SPSS 24 dengan metode analisis data adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel komunitas online berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, variabel interaksi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara komunitas online, interaksi dan aksesibilitas terhadap minat berwirausaha masyarakat. Diperoleh koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,596 atau 59,6%, artinya sebesar 59,6% faktor minat berwirausaha dapat di jelaskan oleh variabel komunitas online (X_1), interaksi (X_2), dan aksesibilitas (X_3) sedangkan sisanya 40,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Media sosial, komunitas online, interaksi, aksesibilitas

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of utilizing Facebook social media on the entrepreneurial interest of the community in Kopang District, Central Lombok Regency. The research employs an associative quantitative approach. The population consists of 17,202 members of an online entrepreneur community in Kopang found on Facebook. A sample of 100 respondents was selected using purposive sampling, with the sample size determined using Slovin's formula. Primary data were collected through a questionnaire distributed via Google Forms to the respondents. Data were analyzed using SPSS 24 with multiple linear regression analysis. The results indicate that the online community variable significantly influences entrepreneurial interest, the interaction variable significantly influences entrepreneurial interest, and the accessibility variable significantly influences entrepreneurial interest. Simultaneous testing (F-test) yielded a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating a significant simultaneous effect of the online community, interaction, and accessibility variables on the community's entrepreneurial interest. The coefficient of determination (R Square) was obtained

at 0.596 or 59.6%, meaning that 59.6% of the entrepreneurial interest factor can be explained by the online community (X1), interaction (X2), and accessibility (X3) variables, while the remaining 40.4% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Social Media, Online Community, Interaction, Accessibility.*

1) PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini mengalami kemajuan yang pesat. Indonesia, sebagai negara berkembang, telah memasuki era Revolusi Industri 4.0, yang ditandai dengan kemajuan teknologi canggih di berbagai sektor. Inovasi ini berpotensi meningkatkan efisiensi waktu produksi, mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja, serta menekan biaya produksi, sehingga memungkinkan tercapainya keuntungan yang optimal. (Salmah et al., 2021) .

Salah satu dampak signifikan dari kemajuan teknologi ini adalah perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam cara berinteraksi. Media sosial, sebagai salah satu inovasi yang muncul berkat internet, kini telah menjadi sarana penting untuk berinteraksi dan mempromosikan produk atau jasa. Melalui media sosial, pengguna dapat menciptakan berbagai konten seperti pesan, gambar, audio, dan video yang disampaikan melalui platform berbasis web 2.0 (Turban dalam Fikrian, 2018). Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media promosi yang sangat efektif bagi para pelaku bisnis, terutama di era digital ini.

Menurut Hootsuite (We Are Social), sebuah situs web yang menyediakan layanan manajemen konten dan menghubungkan berbagai situs jejaring sosial, pada tahun 2024 tercatat ada 212,9 juta pengguna internet di Indonesia. Dengan jumlah populasi Indonesia yang mencapai 276,4 juta jiwa, ini berarti sekitar 77% dari total populasi Indonesia telah memiliki akses ke dunia maya.

Facebook merupakan salah satu platform media sosial yang sering digunakan sebagai sarana jual beli. Banyak pelaku bisnis, khususnya di sektor e-commerce, memanfaatkan Facebook untuk memasarkan produk mereka. Para pelaku bisnis e-commerce umumnya memanfaatkan

Facebook dengan mengunggah postingan atau konten dalam bentuk foto atau video untuk menarik perhatian konsumen (Imam Bachtiar et al., 2024).

Dengan berbagai kecanggihan dan fitur menarik yang ditawarkan, Facebook memberikan peluang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi kewirausahaan mereka melalui bisnis online. Seiring dengan kemajuan teknologi, hal ini seharusnya dimanfaatkan secara optimal untuk membantu mengurangi angka pengangguran, menciptakan peluang usaha baru, dan mempercepat pertumbuhan ekonomi digital.

Perkembangan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Kabupaten Lombok Tengah selama periode 2019 hingga 2024 menunjukkan pola yang berbeda-beda, namun secara umum mengalami tren penurunan setelah puncak pandemi COVID-19 pada tahun 2020.

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Indonesia, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Kabupaten Lombok Tengah menunjukkan tren penurunan yang signifikan dari tahun 2019 hingga 2024. Secara nasional, TPT (Tingkat pengangguran Terbuka) Indonesia turun dari 5,23% pada 2019 menjadi 4,91% pada 2024, mencerminkan pemulihan ekonomi pasca-pandemi COVID-19, dengan sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan sebagai kontributor utama peningkatan lapangan kerja.

Di NTB, TPT (Tingkat pengangguran Terbuka) menurun dari 3,28% pada 2019 menjadi 2,73% pada 2024, menjadikannya salah satu provinsi dengan TPT terendah di Indonesia, berkat program-program inovatif yang meningkatkan kompetensi tenaga kerja lokal. Sementara itu, Kabupaten Lombok Tengah mengalami fluktuasi, dengan penurunan dari 2,35% pada 2019 menjadi 2,73% pada 2024, mencerminkan upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan sektor-sektor ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan perbaikan dalam penyerapan tenaga kerja di tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten.

Kecamatan kopang merupakan bagian dari wilayah kabupaten Lombok Tengah, memiliki jumlah penduduk sekitar 98.796 jiwa pada tahun terakhir. Kecamatan kopang juga dikenal sebagai pusat pasar Jelojok. Di kecamatan Kopang tercatat sekitar 3.292 UMKM yang tersebar

dalam beberapa cluster usaha, antara lain : dagang (1.360 usaha), kuliner (491 usaha), dan kerajinan (265 usaha) .

Namun, pemanfaatan media social khususnya Facebook, untuk pemasaran produk masih minim. Sebagai contoh, pengrajin besi di Dusun Embung Karung, Desa Montong Gamang, menghadapi tantangan seperti kurangnya inovasi produk dan strategi pemasaran yang terbatas (Ali,2023).Hal serupa juga dialami oleh usaha kerajinan di Desa Darmaji, yang mengalami penurunan akibat keterbatasan alat produksi dan rendahnya daya saing produk lokal(Fauzul dkk., 2023).

Dengan potensi bisnis yang beragam dan pemanfaatan teknologi digital yang optimal, pelaku usaha di Kecamatan Kopang memiliki peluang besar untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah , maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah media sosial Facebook berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha masyarakat di Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok tengah ?

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah media sosial Facebook berpengaruh dalam mendorong minat berwirausaha masyarakat di Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah ?

2) KAJIAN PUSTAKA

Teori Kewirausahaan

Joseph Schumpeter - Schumpeter, J. A, (1934), The Theory of Economic Development

Pemikiran ekonomi Joseph Schumpeter - Schumpeter, J. A, lebih memandang inovasi dan kewirausahaan merupakan kekuatan utama dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi jangka panjang dan memicu perubahan sosial. Schumpeter berpendapat bahwa inovasi yang dilakukan oleh kewirausahaan dapat memecahkan masalah dan menciptakan produk baru yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Proses inovasi tersebut akan menghasilkan pertumbuhan yang tinggi pada awalnya dan kemudian memicu konsekuensi jangka panjang yang

lebih besar seperti menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Karena itu, inovasi dan kewirausahaan sangat penting untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan mendorong perubahan sosial dalam Masyarakat.

Kewirausahaan

Secara etimologis, wirausaha berasal dari kata “ wira “ yang bermakna : berani, utama, perkasa dan kata “ usaha “ yang bermakna : kegiatan, dengan menyerahkan fisik dan tenaga pikiran untuk mencapai suatu tujuan. Berarti secara terminologis, wirausaha adalah kemampuan untuk menciptakan, mencari, dan memanfaatkan setiap peluang untuk mencapai apa yang diinginkan sesuai dengan apa yang diharapkan (R Ananda, 2016).

Media Sosial

Media sosial adalah platform instan yang mempunyai berbagai fungsi dalam perannya saat ini. Selain digunakan untuk berkomunikasi, pengguna juga menggunakan media sosial untuk mencari informasi yang beragam. Media sosial memiliki peran penting dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat, sehingga menjaga fungsi dan tujuannya. Media sosial dirancang untuk membantu meningkatkan kehidupan setiap individu (Afandi, 2022)

3) METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian Dan Sumber data

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif, yaitu suatu pendekatan penelitian yang meneliti permasalahan sosial berdasarkan pengujian teori yang mencakup variabel tertentu, diukur dalam bentuk angka lalu dilakukan analisis untuk memahami keterkaitan dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh pemanfaatan media sosial facebook terhadap minat berwirausaha Masyarakat kecamatan Kopang.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner yang telah di isi oleh responden, kemudian data tersebut dianalisis menggunakan SPSS 24.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas jual beli online di kecamatan Kopang yang berjumlah 17.205 anggota dengan Jumlah sampel 100 orang yang diperoleh dengan rumus slovin

$$= \frac{17.205}{1 + 17.205 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{17.205}{1 + 17.205(0,01)}$$

$$n = \frac{17.205}{1 + 172,05}$$

$$n = \frac{17.205}{173,05}$$

$n = 99,42$ dibulatkan menjadi 100, Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 narasumber

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu observasi , kuisioner dan dokumentasi. Observasi adalah Teknik pengumpulan data dengan mengamati objek atau fenomena yang menjadi fokus penelitian. Kuisioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab. Dan dokumentasi yaitu Teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan berupa dokumen yang menjadi bukti dalam penelitian. Doumen tersebut berupa foto, video , rekaman , arsip maupun lainnya.

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan seluruh skor yang diperoleh dari masing-masing pertanyaan atau pernyataan, menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, dilakukan uji signifikansi koefisien pada taraf signifikansi 0,05.

2. Uji Realibilitas

Metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah metode cronbach"s alpha yang di mana suatu kuesioner dianggap reliabel apabila cronbach"s alpha $> 0,60$.

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, dilakukan serangkaian Uji Asumsi Klasik untuk validitas model regresi linier berganda yang digunakan. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel, variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya Multikolinieritas ini dapat dilihat dari tolerance value atau variance inflation factor (VIF). Batas dari tolerance value $> 0,1$ atau nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah asumsi yang harus dipenuhi agar taksiran parameter dalam model tersebut bersifat BLUE. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi

ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk membuat prediksi besarnya nilai variabel dependen (Y) berdasarkan nilai variabel independent (X). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah komunitas online (X1), interaksi (X2), aksesibilitas (X3), kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y), dengan metode kuadrat terkecil atau Ordinary Least Square (OLS) (Ghozali, 2018) Maka perumusan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Berwirausaha

a = Konstanta

X1 = Komunitas Online

X2 = Interaksi

X3 = Aksesibilitas

b1 b2 b3 = Koefisien

e = eror

1. Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) Digunakan untuk menguji koefisien regresi setiap variabel independen. Hal ini dilakukan untuk memastikan apakah variabel independen yang terdapat dalam suatu model secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.

2. Uji F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh bersama terhadap variabel terikat.

3. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R Square atau R^2) yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Tabel 4.1

Distribusi Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Perempuan	57	57%
2	Laki-Laki	43	43%
Total		100	100%

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.1 mayoritas responden adalah dengan jenis kelamin Perempuan sebanyak 57 %.

Tabel 4.3

Distribusi Desa / kelurahan Responden

Wilayah	Jumlah Kuesioner	Persentase
Kopang	30	30%
Rembiga		
Montong	25	25%
Gamang		

Berinding	20	20%
Bebuak	13	13%
Semparu	12	12%
Total	100	100%

Penentuan desa / kelurahan asal responden ditentukan berdasarkan 5 desa yang paling dekat dengan Lokasi pusat pasar Jelajok.

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Penggunaan Media Sosial

No	Frekuensi	Jumlah	%
1	1-3 jam / hari	62	62%
2	4-6 jam / hari	23	23%
3	7-9 jam / hari	9	9%
4	> 9 jam / hari	6	6%
Total		100	100%

Dapat disimpulkan bahwa frekuensi penggunaan media sosial yang paling banyak responden lakukan adalah 1-3 jam perhari sebanyak 62 orang atau 62 %.

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Komunitas Online (X1)

item	Rtabel	Rhitung	Keterangan
X1.1	0,757	0,196	Valid
X1.2	0,842	0,196	Valid
X1.3	0,710	0,196	Valid

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Interaksi (X2)

item	Rtabel	Rhitung	Keterangan
X2.1	0,783	0,196	Valid
X2.2	0,843	0,196	Valid
X2.3	0,864	0,196	Valid

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas (X3)

item	Rtabel	Rhitung	Keterangan
X3.1	0,891	0,196	Valid
X3.2	0,911	0,196	Valid
X3.3	0,861	0,196	Valid

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

item	Rtabel	Rhitung	Keterangan
Y1	0,849	0,196	Valid
Y2	0,838	0,196	Valid
Y3	0,779	0,196	Valid
Y4	0,753	0,196	Valid
Y5	0,619	0,196	Valid

2. Uji Reabilitas

Tabel 4.9

Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpa	Nilai Kritis	Keterangan
Komunitas online	0,651	0,60	Reliabel
Interaksi	0,772	0,60	Reliabel
Aksesabilitas	0,866	0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha	0,824	0,60	Reliabel

Dengan demikian dari uji validitas dan reabilitas yang dilakukan diperoleh hasil bahwa semua item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid dan reliabel

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.45574089
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.082
	Negative	-.084
Kolmogorov-Smirnov Z		.845
Asymp. Sig. (2-tailed)		.474
a. Test distribution is Normal.		

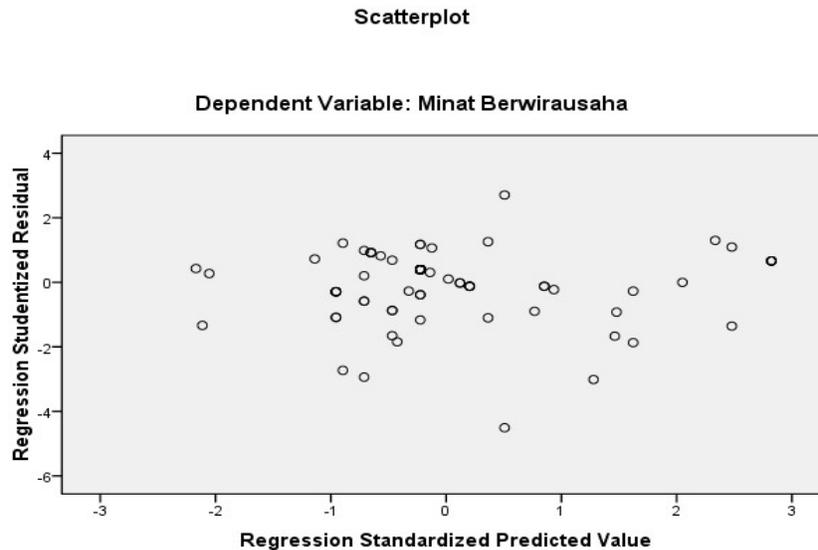
Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0,474, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal, sehingga model regresi yang digunakan layak untuk memprediksi variabel dependen (Minat Berwirausaha) berdasarkan variabel independen yaitu Komunitas Online, Interaksi, dan Aksesibilitas. Dengan demikian, data dalam penelitian ini layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

2. Uji Multikoleniaritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.704	1.826		.386	.701		
Komunitas Online	.660	.205	.312	3.213	.002	.448	2.233
Interaksi	.530	.191	.258	2.774	.007	.488	2.049
Akseibilitas	.376	.092	.332	4.073	.000	.635	1.574

Diperoleh nilai VIF untuk komunitas online, interaksi, dan aksesibilitas < 10 dan nilai Tolerance > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas atau tidak adanya masalah multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan grafik scatterplot hasil uji heteroskedastisitas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik tersebut tersebar di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y, yang mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	.704	1.826		.386	.701
Komunitas Online	.660	.205	.312	3.213	.002
Interaksi	.530	.191	.258	2.774	.007
Akseibilitas	.376	.092	.332	4.073	.000

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat suatu persamaan regresi linear untuk variabel Komunitas Online, Interaksi, Aksesibilitas terhadap Minat Berwirausaha adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,704 - 0.660X1 + 0.530X2 + 0.376X3 + e$$

1. Uji T (Parsial)

- a) Komunitas Online memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 3,213 dan signifikansi 0,002. Koefisien regresi sebesar 0,660 menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam faktor komunitas online akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 66%.
- b) Interaksi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, dengan nilai t hitung sebesar 2,774 dan signifikansi 0,007. Koefisien regresi sebesar 0,530 menunjukkan bahwa peningkatan dalam interaksi akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 53%.
- c) Aksesibilitas merupakan variabel yang paling dominan, dengan t hitung sebesar 4,073 dan signifikansi 0,000. Koefisien regresi sebesar 0,376 menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam aksesibilitas akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 37,6%.

2. Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	235.542	3	78.514	47.139	.000 ^a
Residual	159.898	96	1.666		
Total	395.440	99			

a. Predictors: (Constant), Aksebilitas, Interaksi, Komunitas

Online

b. Dependent Variable: Minat

Berwirausaha

Berdasarkan output analisis ANOVA yang ditampilkan pada tabel, diketahui bahwa nilai F hitung adalah 47,139 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini jauh lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini signifikan secara simultan.

3. Koefisien determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.772 ^a	.596	.583	1.291	1.706

a. Predictors: (Constant), Akseibilitas, Interaksi, Komunitas Online

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan pada tabel, didapatkan hasil R^2 sebesar 0,596 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (Komunitas Online, Interaksi, dan Aksesibilitas) secara bersama-sama mampu menjelaskan 59,6% variasi dalam Minat Berwirausaha masyarakat Kecamatan Kopang. Sisanya sebesar 40,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji F yang diperoleh, nilai signifikansi adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel Komunitas Online (X_1), Interaksi (X_2), dan Aksesibilitas (X_3) terhadap Minat Berwirausaha (Y) masyarakat Kecamatan Kopang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen ini secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kecamatan Kopang.

Selanjutnya, berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,596 atau 59,6%, dapat dijelaskan bahwa 59,6% variasi dalam Minat Berwirausaha (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Komunitas Online (X_1), Interaksi (X_2), dan Aksesibilitas (X_3). Sementara itu, 40,4% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil analisis regresi menunjukkan pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap Minat Berwirausaha (Y) masyarakat Kecamatan Kopang:

- 1) Komunitas Online (X1) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y), dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,660. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam faktor komunitas online akan meningkatkan Minat Berwirausaha (Y) masyarakat Kecamatan Kopang sebesar 66%.
- 2) Interaksi (X2) juga menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,530. Artinya, peningkatan interaksi akan meningkatkan Minat Berwirausaha (Y) masyarakat Kecamatan Kopang sebesar 53%.
- 3) Aksesibilitas (X3) menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) masyarakat Kecamatan Kopang, dengan koefisien regresi sebesar 0,376. Ini berarti bahwa setiap peningkatan dalam aksesibilitas akan meningkatkan Minat Berwirausaha (Y) masyarakat Kecamatan Kopang sebesar 37,6%.

Indikasi dari temuan ini memperlihatkan bahwa masyarakat Kecamatan Kopang mulai aktif memanfaatkan komunitas digital untuk mencari informasi usaha, membangun jaringan sosial yang mendukung aktivitas kewirausahaan, serta menunjukkan adaptasi yang baik terhadap teknologi dan informasi. Kondisi ini mencerminkan adanya pergeseran pola ekonomi masyarakat dari tradisional ke arah digital dan berbasis jejaring sosial, yang berpotensi mendorong pertumbuhan sektor UMKM, meningkatkan kemandirian ekonomi lokal, serta menjadi sinyal positif bagi perkembangan perekonomian Kecamatan Kopang secara menyeluruh.

Selain itu, tingginya pengaruh interaksi sosial terhadap minat berwirausaha menunjukkan bahwa masyarakat Kecamatan Kopang memiliki modal sosial yang kuat, di mana hubungan antar individu dan komunitas tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai media pertukaran informasi bisnis, dukungan moral, dan peluang kolaborasi usaha. Hal ini memperkuat ekosistem kewirausahaan yang berbasis kekeluargaan dan gotong royong, yang menjadi ciri khas masyarakat daerah.

Di sisi lain, kemudahan akses terhadap teknologi dan informasi juga memperlihatkan bahwa infrastruktur digital mulai menjangkau masyarakat secara lebih luas, meskipun masih ada beberapa wilayah yang menghadapi keterbatasan. Jika aksesibilitas ini terus ditingkatkan oleh

pemerintah dan stakeholder terkait, maka potensi ekonomi lokal akan berkembang lebih cepat dan inklusif. Secara keseluruhan, temuan ini menandakan bahwa Kecamatan Kopang memiliki peluang besar untuk mendorong transformasi ekonomi berbasis masyarakat, yang tidak hanya mampu meningkatkan kesejahteraan, tetapi juga menciptakan ketahanan ekonomi lokal di tengah perubahan zaman dan tantangan global.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Facebook memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Kecamatan Kopang. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,596 mengindikasikan bahwa variabel Komunitas Online, Interaksi, dan Aksesibilitas secara simultan mampu menjelaskan 59,6% variasi dalam minat berwirausaha, sementara sisanya 40,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Secara individu, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan, dengan Aksesibilitas sebagai variabel paling dominan. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa secara bersama-sama, ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kecamatan Kopang.

SARAN

Mengingat sisa koefisien determinasi sebesar 40,4%, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memasukkan variabel tambahan yang berpotensi memengaruhi minat berwirausaha, seperti motivasi pribadi, dukungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, modal atau akses pembiayaan, lingkungan sosial dan budaya, serta pengaruh media sosial atau influencer bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- AFANDI, M. (2022). *Analisis Peran Media Sosial Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah Palembang*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG.
- Ali, J. F., Yuniarti, T., Agustiani, E., Mataram, U., Kopang, K., Kopang, K., Tengah, L., Kesejahteraan, T., & Tinggal, K. T. (2023). *GAMANG KECAMATAN KOPANG KABUPATEN LOMBOK TENGAH*. 2(2), 35–56.
- Arifatul Ulya, F., Abdullah, A. N., Aisyah Hanan, T., & Manfaati Nur, I. (2023). Pengelompokan Tingkat Pengangguran Terbuka Di Jawa Tengah Menggunakan Metode K – Means Clustering. *Journal Of Data Insights*, 1(2), 71–80. <https://doi.org/10.26714/jodi.v1i2.148>
- Asiva Noor Rachmayani. (2024). *kabupaten lombok Tengah dalam Angka 2024*. <https://www.lpwntb.or.id/wp-content/uploads/2024/09/Kabupaten-Lombok-Tengah-Dalam-Angka-2024.pdf>
- Astar, S. E. (2020). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis*, 2(2), 124–133. <https://doi.org/10.37087/jtb.v2i2.92>
- Fauzul, M., Rukma, G. A., Aulya, I., Andriyani, V., Alfina, D., Saesel, A. M. M., Key, M. Y. A. S., Permana, D. M. A., Safitri, A., & Nurabiah, N. (2023). Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Sarana Mengoptimalkan Pemasaran Produk Umkm Di Desa Darmaji Kecamatan Kopang. *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 4(1), 119–127. <https://doi.org/10.29303/abdimassangkabira.v4i1.786>
- Fikrian, M. (2018). "Analisis Peran Media Sosial Instagram terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Repository UIN Raden Intan Lampung*., July, 1–162. [http://repository.radenintan.ac.id/4755/5/BAB SEMUA.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/4755/5/BAB%20SEMUA.pdf)
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran (Dasar Dan Konsep). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 51–66.
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENAN PROGRAM IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hastuti, P., & dkk. (2021). Kewirausahaan Dan Umkm. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Imam Bachtiar, D., Sundari, R., Administrasi, P., Politeknik, B., & Aji, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing Melalui Facebook Terhadap Minat Beli Pengguna Facebook Di Amira Bakery. *Jurnal Janitra Informatika Dan Sistem Informasi*, 4(1), 25–36.
<https://doi.org/10.59395/janitra.v4i1.179>
- KARTINI, E., MIMBAR, L., & IZRAWATI, I. (2023). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Media Sosial Dan Modal Terhadap Kinerja Umkm Di Kec.Kopang Lombok Tengah. *Ganec Swara*, 17(4), 1553. <https://doi.org/10.35327/gara.v17i4.643>
- Muhammad Dinar, S.E., M.S. Dr. M. Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si. Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M. P. (2020). *KEWIRAUSAHAAN*. eprints.unm.ac.id
- Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*.
- R Ananda, T. R. (2016). *PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN* (M. Rifai (ed.)). perdana publishing.
- Rahmawati, I. (2024). *Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan*. 2(1), 101–105.
- Salmah, E., Fadliyanti, L., & Sriningsih, S. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 137–147.
<https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.44>
- Sugiyono. (2020a). *METODE PENELITIAN KOMBINASI (Mixed Methodes)*. deepublish.
- Sugiyono. (2020b). *METODE PENELITIAN KOMBINASI (Mixed Methodes)*. ALFABETA.
- Utami, T. W., Rohman, A., & Prahutama, A. (2017). Pemodelan Regresi Berganda Dan Geographically Weighted Regression Pada Tingkat Pengangguran Terbuka Di Jawa Tengah. *Media Statistika*, 9(2), 133. <https://doi.org/10.14710/medstat.9.2.133-147>
- Wahyuni, N. M. (2023). *Pengaruh Media Sosial Dalam Mendorong Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Pa D a N G S I D I M P U a N 2023*. 202.

Warismayati, N. R., Ru'ya, H. U., Irawati, W., & Hairunnisa, B. N. D. (2020). Peningkatan Nilai Tambah Produk Olahan Gula Aren Melalui Inovasi Kemasan dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran di Desa Aik Bual Kecamatan Kopang. *Jurnal SIAR ILMUWAN TANI*, 1(1), 28–32. <https://doi.org/10.29303/jsit.v1i1.8>