

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, LINGKUNGAN PENDIDIKAN, DAN MOTIVASI
BERWIRAUSAHA TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA**

DI JAKARTA



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : CHAROLINE NATHASYA

NPM : 115210198

SEBAGAI SALAH SATU SYARAT

UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

JAKARTA

2024

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, LINGKUNGAN PENDIDIKAN, DAN MOTIVASI
BERWIRUSAHA TERHADAP NIAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA**

DI JAKARTA



UNTAR
Universitas Tarumanangara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : CHAROLINE NATHASYA

NPM : 115210198

SEBAGAI SALAH SATU SYARAT

UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Charoline Nathasya
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210198
Program Studi : Manajemen Bisnis
Alamat : Jl. Raya cibarusah no 98
Serang, Cikarang Selatan
Telp. -
HP. 085973068818

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 16 November 2024



Charoline Natnasya

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

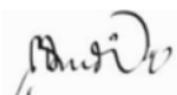
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	:	Charoline Nathasya
NIM	:	115210198
PROGRAM / JURUSAN	:	S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI	:	KEWIRASAHAAN
JUDUL SKRIPSI	:	PENGARUH MEDIA SOSIAL, LINGKUNGAN PENDIDIKAN, DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA DI JAKARTA

Jakarta, 26 November 2024

Pembimbing



Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E, M.M., CIFM., GRCE

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

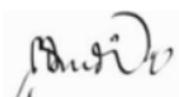
NAMA	: Charoline Nathasya
NIM	: 115210198
PROGRAM / JURUSAN	: S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI	: KEWIRASAHAAN
JUDUL SKRIPSI	: PENGARUH MEDIA SOSIAL, LINGKUNGAN PENDIDIKAN, DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 19 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas :

1. Ketua Penguji : Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc., Dr.
2. Anggota Penguji : - Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E, M.M., CIFM., GRCE
- Nuryasman MN, S.E., M.M., Dr.

Jakarta, 09 Januari 2025

Pembimbing



Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E, M.M., CIFM., GRCE

ABSTRACT

- (A) CHAROLINE NATHASYA
- (B) THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, EDUCATIONAL ENVIRONMENT, AND ENTREPRENEURIAL MOTIVATION ON STUDENTS' ENTREPRENEURIAL INTENTIONS IN JAKARTA
- (C) ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT
- (D) **Abstract:** This research aims to analyze the influence of social media, social environment, and entrepreneurial motivation on entrepreneurial intentions among students in Jakarta. The sample selection technique in this research uses a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The sample in this study were students who were pursuing a bachelor's degree at Tarumanagara University with a total of 115 respondents. Data were analyzed using the SEM method with the SmartPLS 4.0 application. The results of this research found that there is a significant positive influence of social media on entrepreneurial intentions, the educational environment has a positive and significant influence on entrepreneurial intentions, entrepreneurial motivation has a positive and significant influence on entrepreneurial intentions.
- (E) Keyword: Social Media, Educational Environment, Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Intentions

ABSTRAK

- (A) CHAROLINE NATHASYA
- (B) PENGARUH MEDIA SOSIAL, LINGKUNGAN PENDIDIKAN, DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA DI JAKARTA
- (C) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
- (D) **Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, lingkungan sosial, dan motivasi berwirausaha terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang sedang menempuh gelar sarjana di Universitas Tarumanagara dengan total sebanyak 115 responden. Data dianalisis menggunakan metode SEM dengan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif signifikan media sosial terhadap niat berwirausaha, lingkungan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.
- (E) Kata kunci: Media Sosial, Lingkungan Pendidikan, Motivasi Berwirausaha, Niat Berwirausaha

HALAMAN MOTTO

“But as for you, be strong and do not give up, for your work will be rewarded”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

Seluruh keluarga saya, pengajar dan pembimbing, sahabat, dan semua orang yang saya cintai.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen, Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Penyusunan skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Berbagai tantangan yang dihadapi dapat dilalui berkat dukungan dari berbagai pihak yang memberikan doa, motivasi, waktu, serta bantuan lain yang sangat berarti bagi penulis. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan kepada:

1. Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta waktu yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara.
3. Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen, asisten dosen, dan staf pengajar yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan, sehingga menjadi bekal penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Papa, Mama, Ii, Chetrine dan seluruh saudara atas kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tidak berhenti, yang menjadi sumber semangat penulis.
6. Sahabat-sahabat terbaik yaitu, Arsy, Febri, Sekar, Lathif, Vanya, Michelle, Fiona, Hergi, Midah, Samahita, dan seluruh teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terimakasih atas dukungan, bantuan, serta motivasi yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Kepada seluruh pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut membantu memberikan masukan, motivasi dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMPBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Permasalahan	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Gambaran Umum Teori	13
B. Definisi Konseptual Variabel	15
1. Media Sosial.....	15
2. Lingkungan Pendidikan.....	16
3. Motivasi Berwirausaha.....	16
4. Niat Berwirausaha.....	17

C. Penelitian yang Relevan.....	18
D. Kaitan Antara Variabel- Variabel	25
1. Kaitan antara Media Sosial dengan Niat Berwirausaha.....	25
2. Kaitan antara Lingkungan Pendidikan dengan Niat Berwirausaha.....	26
3. Kaitan antara Motivasi Berwirausaha dengan Niat Berwirausaha.....	26
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Desain Penelitian	29
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	29
1. Populasi	29
2. Teknik Pemilihan Sampel.....	30
3. Ukuran Sampel.....	30
C. Metode Pengumpulan Data.....	30
D. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	31
E. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	33
1. Validitas.....	33
2. Reliabilitas.....	34
F. Analisis Data.....	35
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	35
2. <i>Predictive Relevance</i>	35
3. <i>Effect Size</i>	35
4. Analisis Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi subjek penelitian	37
1. Jenis Kelamin	37
2. Umur.....	37
3. Asal Kota Universitas.....	38
B. Deskripsi Objek Penelitian	38
1. Media Sosial.....	38
2. Lingkungan Pendidikan.....	39
3. Motivasi Berwirausaha.....	41

4. Niat Berwirausaha.....	42
C. Hasil Analisis Validitas	43
1. Validitas.....	43
2. Reliabilitas.....	45
D. Hasil Analisis Inner Model	46
1. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	46
2. Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i> (Q2)	47
3. Pengujian <i>Effect Size</i> (F2)	47
4. Pengujian Hipotesis.....	48
E. Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP	51
A. Kesimpulan	51
B. Keterbatasan dan Saran.....	51
1. Keterbatasan.....	51
2. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	18
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Variabel Media Sosial	31
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Lingkungan Pendidikan.....	32
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Motivasi Berwirausaha.....	32
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel Niat Berwirausaha	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kota Universitas	38
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Media Sosial.....	39
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Lingkungan Pendidikan	40
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Motivasi Berwirausaha	41
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Niat Berwirausaha.....	42
Tabel 4.8 Hasil Analisis Average Variance Extracted (AVE).....	43
Tabel 4.9 Hasil Analisis Outer Loading	44
Tabel 4.10 Hasil Analisis Cross Loading	44
Tabel 4.11 Hasil Analisis Cronbach's Alpha.....	45
Tabel 4.12 Hasil Analisis Composite Reability	46
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	46
Tabel 4.14 Hasil Analisis Predictive Relevance	47
Tabel 4.15 Hasil Analisis Effect Size.....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Social Cognitive Theory	13
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 2 Hasil Tanggapan Responden	59
Lampiran 3 Hasil Analisis Cronbach's Alpha, Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE).....	65
Lampiran 4 Hasil Analisis Outer Loading	66
Lampiran 5 Hasil Analisis Forwell-Larcker	67
Lampiran 6 Hasil Analisis Cross Loading	67
Lampiran 7 Hasil Analisis Heterotrait – monotrait ration (HTMT)	68
Lampiran 8 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	68
Lampiran 9 Hasil Analisis Path Coefficient.....	68
Lampiran 10 Hasil Analisis Signifikasi	69
Lampiran 11 Hasil Analisis Effect Size	69
Lampiran 12 Model Penelitian dengan PLS	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada abad ke-21, dunia menyaksikan munculnya revolusi industri 4.0, yang menjadi salah satu tonggak perubahan besar dalam berbagai sektor, terutama dalam penguasaan dan pemanfaatan informasi. Di era ini, informasi bukan hanya menjadi aset penting, tetapi juga kekuatan utama yang menentukan daya saing individu, organisasi, maupun negara. Kemampuan menguasai informasi yang didukung oleh teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), *Internet of Things* (IoT), dan sistem otomatisasi telah mengubah tatanan sosial, ekonomi, dan bisnis. Revolusi ini juga mendorong transformasi dalam cara berkomunikasi dan berinteraksi, baik secara personal maupun profesional, melalui teknologi digital seperti media sosial dan perangkat pintar (*smartphone*). Dalam dunia bisnis, media sosial telah menjadi platform yang vital untuk menjalankan kegiatan kewirausahaan. Tak hanya sekadar alat komunikasi, media sosial kini berfungsi sebagai sarana pemasaran, branding, dan interaksi dengan pelanggan yang memberikan dampak besar pada perkembangan usaha, termasuk di kalangan mahasiswa yang mulai tertarik berwirausaha.

Rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Indonesia telah menjadi perhatian utama dalam pengembangan sumber daya manusia yang inovatif dan mandiri. Salah satu faktor signifikan yang memengaruhi fenomena ini adalah faktor gengsi atau anggapan bahwa menjadi pengusaha memiliki nilai prestise yang lebih rendah dibandingkan pekerjaan di sektor formal. Mahasiswa sering kali merasa bahwa jalur karir konvensional lebih dihargai secara sosial, sehingga menempatkan kewirausahaan sebagai pilihan yang kurang diminati (Mardatilah & Hermazoni, 2020). Hal ini diperparah oleh budaya yang masih mengutamakan stabilitas pekerjaan

sebagai pegawai daripada risiko dan tantangan menjalankan usaha sendiri. Akibatnya, keinginan untuk menjadi pengusaha masih dianggap sebagai opsi terakhir bagi banyak mahasiswa di Indonesia.

Selain gengsi, ketidakpercayaan diri juga menjadi penghalang utama bagi mahasiswa untuk berani memulai usaha. Menurut Mardatilah dan Hermanzoni (2020), banyak mahasiswa merasa tidak cukup percaya diri dalam mengelola bisnis, terutama dalam aspek menarik pelanggan atau membangun jaringan. Sikap ini sering kali diperparah oleh rasa takut gagal, yang muncul dari pengaruh pengalaman negatif orang-orang di sekitar mereka. Mahasiswa yang pernah melihat atau mendengar kegagalan usaha dari orang terdekat cenderung lebih enggan untuk mencoba kewirausahaan, karena khawatir akan mengalami kegagalan serupa. Sikap pesimistik ini menyebabkan mereka lebih memilih jalur karir yang dianggap lebih stabil dan aman, daripada menghadapi ketidakpastian dalam berwirausaha.

Keterbatasan *modal* juga menjadi faktor penting yang menghambat mahasiswa untuk memulai bisnis mereka sendiri. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Laia (2022), mahasiswa kerap kali merasa sulit untuk memperoleh dana awal atau modal yang cukup untuk memulai usaha. Terbatasnya akses pendanaan, baik dari pemerintah maupun sektor swasta, membuat mahasiswa kesulitan untuk membangun dan mengembangkan ide bisnis mereka (Laia, 2022). Masalah ini sering kali dialami oleh mahasiswa yang tidak memiliki akses ke pinjaman atau dukungan finansial lainnya. Selain itu, adanya tantangan untuk membagi waktu antara aktivitas akademik dan usaha juga turut menghambat minat mereka. Bagi sebagian mahasiswa, komitmen untuk berwirausaha dianggap sebagai beban tambahan yang sulit dikelola di tengah kesibukan studi mereka.

Lingkungan sosial juga berperan dalam menurunkan minat berwirausaha. Banyak mahasiswa berasal dari keluarga yang tidak memiliki latar belakang bisnis, sehingga mereka kurang

mendapatkan inspirasi atau dukungan dari keluarga untuk memulai usaha. Lingkungan keluarga sering kali mendorong stabilitas karir dengan pekerjaan tetap dan cenderung menganggap kewirausahaan sebagai jalan yang penuh risiko. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan keluarga dapat secara signifikan menghambat perkembangan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa (Laia, 2022). Sebagaimana ditegaskan oleh Mardatilah dan Hermanzoni (2020), dukungan dari keluarga atau komunitas sekitar sangat penting untuk menumbuhkan semangat wirausaha dan meningkatkan keberanian mahasiswa dalam menghadapi tantangan kewirausahaan.

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya media sosial, menjadi fenomena yang tidak bisa diabaikan dalam konteks kewirausahaan di Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), dalam Sensus Ekonomi 2016, jumlah bisnis berbasis e-commerce di Indonesia meningkat sekitar 17% dalam satu dekade terakhir. Kemajuan ini juga didorong oleh pertumbuhan pengguna internet yang semakin signifikan. Bank Indonesia mencatat bahwa pada tahun 2018, jumlah orang yang berbelanja secara online mencapai 24,7 juta dengan nilai transaksi mencapai Rp 144 triliun. Fenomena ini menunjukkan bahwa e-commerce telah menjadi bagian integral dari perekonomian Indonesia, di mana bisnis online, baik skala kecil maupun besar, terus tumbuh dan berkembang. Media sosial, sebagai salah satu platform utama untuk menjalankan bisnis online, memegang peran strategis dalam mendukung pengusaha dalam mempromosikan produk dan menjangkau pasar yang lebih luas (Rahayu & Laela, 2018).

Salah satu kelompok yang paling merasakan dampak positif dari perkembangan teknologi digital ini adalah generasi muda, terutama mahasiswa. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet terbesar di Indonesia berada pada kelompok usia 20–29 tahun, yang mencakup lebih dari 80 % generasi muda di Indonesia. Dalam kelompok usia ini, mahasiswa menjadi pengguna internet yang paling aktif, baik untuk kebutuhan akademis

maupun non-akademis, termasuk dalam hal kewirausahaan (Firman et al., 2020). Mahasiswa di kota-kota besar seperti Jakarta, yang merupakan pusat pendidikan dan ekonomi Indonesia, memiliki potensi besar untuk terlibat dalam kegiatan bisnis berbasis digital. Banyak dari mereka yang memulai bisnis kecil-kecilan melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp, di mana mereka mempromosikan produk seperti pakaian, makanan, kosmetik, hingga layanan jasa kreatif. Penggunaan media sosial mempermudah mahasiswa dalam menjalankan bisnis tanpa harus mengeluarkan modal besar, karena dengan hanya mengandalkan ponsel pintar dan akun media sosial, mereka sudah bisa menjangkau konsumen secara luas dan efektif.

Namun demikian, meski terlihat banyak mahasiswa yang mulai terjun ke dunia bisnis dengan memanfaatkan media sosial, masih muncul pertanyaan besar: apakah penggunaan media sosial ini benar-benar memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa secara mendalam. Perlu diperhatikan bahwa kewirausahaan bukan hanya tentang menjalankan bisnis, tetapi juga tentang komitmen dan minat untuk terus mengembangkan usaha dengan tekad yang kuat. Media sosial, meski memberikan akses mudah ke pasar, belum tentu mampu menumbuhkan minat berwirausaha secara berkelanjutan (Prasetyo, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengkaji sejauh mana media sosial berkontribusi dalam membentuk dan mempengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, terutama di kota besar seperti Jakarta, di mana akses teknologi lebih luas dan peluang pasar lebih besar dibandingkan daerah lain.

Selain faktor media sosial, lingkungan pendidikan juga memiliki peran yang sangat krusial dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Pendidikan tinggi diharapkan tidak hanya berfokus pada aspek akademis, tetapi juga mampu mendorong pengembangan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan bisnis. Perguruan tinggi seharusnya

menjadi tempat di mana mahasiswa tidak hanya belajar teori, tetapi juga diberi kesempatan untuk mengeksplorasi dunia bisnis secara langsung melalui berbagai program kewirausahaan. Di Jakarta, yang merupakan pusat pendidikan dengan banyak universitas ternama, diharapkan adanya dukungan institusi pendidikan dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan minat berwirausaha. Beberapa universitas telah menyediakan program kewirausahaan, pusat inkubasi bisnis, hingga kompetisi bisnis yang memberi mahasiswa kesempatan untuk mengasah keterampilan mereka dalam memulai dan mengelola bisnis. Namun, program-program semacam ini belum merata di seluruh institusi, dan sering kali terbatas pada universitas-universitas besar saja. Mahasiswa di universitas yang lebih kecil atau di perguruan tinggi dengan dukungan terbatas mungkin tidak mendapatkan akses yang sama terhadap peluang ini.

Lingkungan pendidikan yang ideal untuk mendukung kewirausahaan harus mampu memberikan berbagai fasilitas yang diperlukan mahasiswa untuk berkembang sebagai wirausahawan (Rahmawati et al., 2022). Misalnya, program mentoring dengan pengusaha sukses, akses ke modal awal melalui dana hibah atau pinjaman lunak, serta program magang di perusahaan startup yang memungkinkan mahasiswa mendapatkan pengalaman nyata di lapangan. Namun, di banyak universitas di Jakarta, program-program tersebut masih belum maksimal dalam penerapannya. Beberapa universitas masih terjebak pada pendekatan pendidikan yang bersifat teoretis, yang menyebabkan mahasiswa kurang memiliki keterampilan praktis dalam memulai usaha. Hal ini menunjukkan adanya celah dalam sistem pendidikan kewirausahaan yang perlu diperbaiki agar mampu menumbuhkan minat berwirausaha yang kuat di kalangan mahasiswa.

Selain media sosial dan lingkungan pendidikan, motivasi berwirausaha juga merupakan faktor kunci yang memengaruhi minat mahasiswa untuk memulai usaha. Motivasi ini bisa berasal dari faktor internal, seperti keinginan untuk mandiri secara finansial, semangat untuk

menciptakan sesuatu yang baru, atau kebutuhan untuk memecahkan masalah sosial melalui inovasi bisnis. Motivasi berwirausaha juga bisa berasal dari faktor eksternal, seperti dorongan dari keluarga, teman, atau mentor, serta adanya peluang pasar yang menggiurkan (Sukoningtiyas & Subiyantoro, 2023). Dalam konteks mahasiswa di Jakarta, motivasi berwirausaha juga dipengaruhi oleh lingkungan perkotaan yang kompetitif, di mana peluang bisnis ada di mana-mana, namun persaingannya juga sangat ketat. Sebagai generasi yang sering kali dihadapkan pada tekanan untuk sukses di usia muda, mahasiswa di Jakarta mungkin merasa ter dorong untuk berwirausaha demi mencapai kebebasan finansial dan status sosial yang lebih baik.

Namun, motivasi berwirausaha tidak selalu cukup kuat untuk mendorong seseorang memulai bisnis. Sering kali, motivasi tersebut terganggu oleh berbagai hambatan, baik internal maupun eksternal. Tekanan dari keluarga untuk mengambil jalur karir yang lebih aman, seperti menjadi pegawai negeri atau bekerja di perusahaan besar, sering kali mengurangi minat mahasiswa untuk berwirausaha (Harisandi et al., 2023). Selain itu, risiko yang tinggi dalam memulai usaha, seperti ketidakpastian pasar, modal yang terbatas, dan kompetisi yang ketat, juga menjadi tantangan tersendiri bagi mahasiswa. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana motivasi berwirausaha terbentuk dan bagaimana faktor-faktor lingkungan, baik sosial maupun ekonomi, mempengaruhi tingkat motivasi ini.

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan dalam mengkaji masalah mengenai berwirausaha. Penelitian ini yang dilakukan oleh Rahmawati et al (2023) mengkaji pengaruh media sosial dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi dan minat berwirausaha (Rahmawati et al.,2022). Namun, variabel motivasi sendiri tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Kelemahan dari

penelitian ini adalah ketidakcakupan aspek lingkungan pendidikan sebagai salah satu faktor potensial yang turut memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Mengingat bahwa lingkungan pendidikan dapat membentuk dan mendukung jiwa kewirausahaan, maka penambahan variabel ini dalam penelitian lanjutan di Jakarta akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mendorong minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Penelitian Bahri dan Trisnawati (2021) menunjukkan bahwa lingkungan sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. Studi ini terbatas pada konteks siswa, yang mungkin berbeda dengan mahasiswa karena adanya perbedaan tingkat kedewasaan, tanggung jawab, dan akses terhadap sumber daya untuk berwirausaha (Bahri & Trisnawati, 2021). Selain itu, penelitian tersebut hanya mempertimbangkan lingkungan sosial secara umum tanpa memasukkan elemen-elemen spesifik dalam lingkungan pendidikan, seperti kurikulum kewirausahaan atau fasilitas pendukung. Dalam konteks mahasiswa di Jakarta, yang memiliki akses lebih luas terhadap ekosistem pendidikan dan jaringan kewirausahaan, pengaruh lingkungan pendidikan mungkin memberikan hasil yang berbeda. Dengan demikian, penelitian ini memiliki celah dalam melihat perbedaan antara lingkungan sosial umum dan lingkungan pendidikan yang lebih spesifik dalam membentuk minat berwirausaha, terutama pada mahasiswa yang tinggal di kota besar dengan peluang kewirausahaan yang lebih kompleks.

Penelitian Mashita dan Wacana (2019) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun, penelitian ini tidak membahas bagaimana kombinasi faktor lain, seperti penggunaan media sosial sebagai sumber informasi kewirausahaan dan motivasi berwirausaha, dapat memoderasi atau memperkuat hubungan ini. Selain itu, penelitian tersebut tidak mengelaborasi bagaimana konteks geografis, seperti mahasiswa di Jakarta, yang merupakan pusat bisnis dan ekonomi, dapat memengaruhi

efektivitas pendidikan kewirausahaan (Tarigan et al., 2022). Mahasiswa di kota besar mungkin memiliki eksposur lebih besar terhadap peluang bisnis melalui media sosial dan ekosistem pendidikan yang lebih maju, sehingga menciptakan hasil yang berbeda dibandingkan mahasiswa di daerah lain. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki celah dalam mengintegrasikan variabel lain dan mempertimbangkan konteks regional yang relevan dengan minat berwirausaha mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh penggunaan media sosial, lingkungan pendidikan, dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta. Dengan memahami hubungan antara ketiga variabel tersebut, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan bagi institusi pendidikan, pemerintah, dan pelaku industri untuk mendukung pengembangan kewirausahaan di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa, sehingga mereka tidak hanya menjadi konsumen di era digital ini, tetapi juga sebagai pelaku usaha yang inovatif dan kompetitif di masa depan.

Berdasarkan penjelasan di atas, untuk mengetahui lebih lanjut tentang hubungan antar variable tersebut, penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Media Sosial, Lingkungan Pendidikan, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Jakarta”**

B. Identifikasi Masalah

Dengan merujuk pada latar belakang di atas, dapat didentifikasi permasalahan sebagai berikut:

- a. Penggunaan Media Sosial dalam Kewirausahaan yang telah menjadi platform bagi mahasiswa untuk memulai usaha dengan modal minim dan jangkauan luas.

- b. Peran Lingkungan Pendidikan dalam Mendorong Kewirausahaan yang berpotensi besar membentuk minat wirausaha melalui berbagai program dan fasilitas pendukung.
- c. Motivasi Berwirausaha dan Hambatan yang dihadapi bertujuan untuk memahami apakah motivasi wirausaha mahasiswa dapat bertahan dan tumbuh meskipun dihadapkan pada berbagai rintangan.
- d. Penerapan program-program dalam hal kewirausahaan di Universitas Jakarta belum maksimal.
- e. Terdapat berbagai hambatan dari internal atau ekternal terhadap motivasi berwirausaha.
- f. Tantangan bagi mahasiswa seperti ketidakpastian pasar modal yang terbatas dan kompetisi yang ketat.
- g. Program-program kewirausahaan yang tidak merata di berbagai institusi.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian ini dibatasi pada faktor – faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha diantaranya:

- a. Penelitian ini terbatas pada mahasiswa di Jakarta, yang memiliki akses lebih luas terhadap teknologi digital dan peluang bisnis dibandingkan wilayah lain.
- b. Penelitian ini juga membahas media sosial sebagai saran promosi kewirausahaan secara umum, tanpa memperinci platform, atau fitur spesifik, seperti Instagram atau Facebook.
- c. Penelitian ini membatasi lingkupnya pada lingkungan pendidikan di tingkat perguruan tinggi di Jakarta, tidak mencakup Pendidikan di jenjang menengah atau dasar.

D. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta?
2. Apakah lingkungan pendidikan berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta?
3. Apakah motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta?
4. Apakah interaksi antara penggunaan media sosial, lingkungan pendidikan, dan motivasi berwirausaha dalam mempengaruhi niat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta.
2. Menganalisis pengaruh lingkungan pendidikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta.
3. Menganalisis pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta.
4. Mengkaji bagaimana interaksi antara penggunaan media sosial, lingkungan pendidikan, dan motivasi berwirausaha mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang kewirausahaan dan perilaku bisnis, dengan cara:

- 1 Menambah referensi empiris mengenai pengaruh penggunaan media sosial, lingkungan pendidikan, dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kewirausahaan di kalangan mahasiswa.
- 2 Memperkuat atau memperluas teori-teori yang berkaitan dengan kewirausahaan, perilaku pengguna media sosial, dan pengaruh lingkungan pendidikan terhadap pembentukan minat wirausaha. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan baru mengenai keterkaitan antara faktor teknologi, pendidikan, dan psikologis (motivasi) dalam memengaruhi minat berwirausaha.
- 3 Memberikan bukti empiris mengenai relevansi teori motivasi berwirausaha dalam konteks digitalisasi dan revolusi industri 4.0, yang semakin memudahkan pengusaha pemula untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat pengembangan usaha.

2. Manfaat Praktis

Selain memberikan kontribusi teoritis, penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak terkait, antara lain:

1. Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya memanfaatkan media sosial secara strategis untuk memulai usaha. Penelitian ini juga diharapkan dapat memotivasi

mahasiswa untuk lebih aktif dalam mengeksplorasi peluang usaha, serta memahami bagaimana lingkungan pendidikan dan motivasi diri dapat mendukung upaya mereka dalam berwirausaha.

2. Bagi institusi pendidikan

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kurikulum dan program yang mendukung kewirausahaan, seperti program inkubasi bisnis, pelatihan kewirausahaan, dan pemberian akses pada modal awal. Institusi pendidikan diharapkan dapat meningkatkan peran mereka dalam menciptakan lingkungan yang lebih kondusif untuk menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

3. Bagi pemerintah dan pembuat kebijakan

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat dalam merancang kebijakan yang lebih mendukung pengembangan kewirausahaan di kalangan generasi muda, khususnya di sektor pendidikan dan teknologi. Kebijakan terkait bantuan modal usaha, kemudahan akses pasar, serta pelatihan kewirausahaan berbasis digital dapat disesuaikan dengan hasil penelitian ini untuk mendorong pertumbuhan pengusaha muda di Indonesia.

4. Bagi pengusaha dan praktisi bisnis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan praktis tentang peran media sosial dalam menarik minat dan mengembangkan usaha di kalangan generasi muda. Pengusaha dapat memanfaatkan informasi ini untuk membangun strategi pemasaran yang lebih efektif, terutama dalam menarik perhatian segmen pasar yang lebih muda, seperti mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, E. R., Junianto, M. R., & Paksi, A. T. D. (2023). Pengukuran Quality of Service And Facilities terhadap Customer Satisfaction. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 7(2), 646–653. <https://doi.org/10.33379/gtech.v7i2.2382>
- Bahri, S., & Trisnawati, N. (2021). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha melalui Pendidikan Kewirausahaan pada Siswa SMKN 10 Surabaya. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2), 269–281. <https://ejurnal.unesa.ac.id/index.php/joa>
- Eswanto, O. ;, Rahayu, S., Siti Laela,) ;, Tinggi, S., Ekonomi, I., & Jakarta, I. (n.d.). Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media terhadap Kewirausahaan Mahasiswa (Vol. 20). <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw>
- Firman, A., Perdana, A. H., & Putra, K. (2020). Point of View Research Management the Effect of Social Media Utilization, Campus Environment and Entrepreneurship Knowledge on Student Entrepreneurial Interest. In *Point of View Research Management* (Vol. 1, Issue 4). <https://journal.accountingpointofview.id/index.php/povrema>
- Harisandi, P., Rabiatul Hariroh, F. M., & Zed, E. Z. (2023). Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan Berdampak terhadap Minat Berusaha Dimensi oleh Inovasi Mahasiswa di Cikarang. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(3), 784–802. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i3.852>
- Laia, D. (2022). Analisis Faktor- Faktor yang mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi
- Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*, 18(1), 35–46.
- Rahmawati, A., Yohana, C., & Pratama, A. (2022). Pengaruh Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2).
- Sukoningtiyas, A., & Subiyantoro, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Ekspetasi Pendapatan dan Locus Of Control terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2339–2452. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.826>
- Tarigan, N. M., Doringin, F., & Budiana, M. W. (2022). Effect of Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Motivation on ARO Gapopin's Student Interest in Entrepreneurship. *The Winners*, 23(1), 73–79. <https://doi.org/10.21512/tw.v23i1.7275>
- Monicca Widiastuty, Vyna & Septin Muji Rahayu, Tri (2021) Pengaruh Sikap Mandiri, Lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa di Perguruan Tinggi Purwokerto) <http://dx.doi.org/10.30595/jmbt.v1i2.12663>
- Gustina et al., Maria (2022) Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Edy Handoyo, Sarwo (2021) Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa <http://dx.doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13436>

Indriyani, L & Margunani (2019), PENGARUH KEPRIBADIAN, PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA <http://dx.doi.org/10.15294/EEAJ.V7I3.28315>

Farida, S., & Nurkhin, A. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha siswa SMK Keluarga program Keahlian Akuntansi. *Economic Education Analysis Journal*, 5.

Irwansyah, T., Shofiany, Wibowo, A., & Sebayang, K.D. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kebijakan Pemerintah Dan Dukungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Di Universitas Negeri Jakarta. *International Student Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM)*. <https://doi.org/10.21009/isc-beam.012.137>

Wijaya, F.D., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pengambilan Risiko, dan Efikasi Diri terhadap Niat Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18230>

Tanazha, J., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Kepribadian Dan Peran Faktor Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13207>

Noviyati, S., Yohana, C., & Fidyallah, N.F. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Berwirausaha: Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Efikasi Diri. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.11>

Fauziati, P., & Suryani, K. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Niat Berwirausaha untuk Berwirausaha.. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*.

Steven, S., & Widjaja, O.H. (2023). Pengaruh Kepribadian, Motivasi, dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*.

Yulistia, K.E., & Rahyuda, A.G. (2023). Peran Mediasi Sikap Berwirausaha Pada Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Dukungan Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha. *RELASI : JURNAL EKONOMI*. <https://doi.org/10.31967/relasi.v19i1.661>