

SKRIPSI

PENGARUH MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN DAN PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI JAKARTA BARAT



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: SHARYN HALIZA JULIAL BAYYINA NASARUDIN

NIM: 115210110

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

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

2024

SKRIPSI

PENGARUH MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN DAN PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI JAKARTA BARAT



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: SHARYN HALIZA JULIAL BAYYINA NASARUDIN

NIM: 115210110

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

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

2024

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Sharyn Haliza Julial Bayyina Nasarudin
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210110
Program Studi : S1 Manajemen



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, 18 November 2024

Sharyn Haliza Julial Bayyina Nasarudin

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.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SHARYN HALIZA JULIAL BAYYINA
NASARUDIN
NIM : 115210110
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : *PENGARUH MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN
DAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA
GENERASI Z DI JAKARTA BARAT*

Jakarta, 12 November 2024

Pembimbing,



(Oey Hannes Widjaja, S.E., M.M., MIKOM.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SHARYN HALIZA JULIAL BAYYINA
NASARUDIN
NIM : 115210110
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : *PENGARUH MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN
DAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA
GENERASI Z DI JAKARTA BARAT*

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 12 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : ANDI WIJAYA, S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : RR. KARTIKA NURINGSIH, S.E., M.Si
OEY HANNES WIDJAJA S.E., M., MIKOM

Jakarta, 29 Desember 2024

Pembimbing,



(Oey Hannes Widjaja, S.E., M.M., MIKOM.)

ABSTRACT

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

(A) SHARYN HALIZA JULIAL BAYYINA NASARUDIN 115210110

(B) *PENGARUH MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN
SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PADA
GENERASI Z DI JAKARTA BARAT*

(C) *XVI + 95 Pages, 19 Tables, 2 Pictures, 6 Attachments*

(D) *KEWIRAUSAHAAN*

(E) *Abstract: This research aims to examine the influence of entrepreneurial motivation and social media usage on entrepreneurial interest among Generation Z students at Tarumanagara University. The population of this research consists of Generation Z students enrolled at Tarumanagara University. A total of 100 students were selected as the sample using purposive sampling. Data were collected through a questionnaire distributed online via Google Forms. The data analysis technique employed the SmartPLS version 4 method. The results of the study indicate that entrepreneurial motivation and social media have a positive and significant effect on entrepreneurial interest among Generation Z students at Tarumanagara University.*

(F) *Keywords: Keywords: Entrepreneurial Motivation, Social Media Usage, Entrepreneurial Interest*

(G) *References 53 (1991-2024)*

(H) *Oey Hannes Widajaja S.E., M.M., MIKOM.*

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

- (A) SHARYN HALIZA JULIAL BAYYINA NASARUDIN 115210110
- (B) PENGARUH MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI JAKARTA BARAT
- (C) XVI + 95 Halaman, 19 Tabel, 2 Gambar, 6 Lampiran
- (D) KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi kewirausahaan dan penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Universitas Tarumanagara. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa generasi Z yang berada di Universitas Tarumanagara. Sampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara online melalui google form. Teknik analisis data menggunakan metode SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kewirausahaan dan sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa generasi Z di Universitas Tarumanagara.
- (F) Kata Kunci: Motivasi Kewirausahaan, Penggunaan Sosial Media, Minat Berwirausaha
- (G) Daftar Pustaka 53 (1991-2024)
- (H) Oey Hannes Widajaja S.E., M.M., MIKOM.

HALAMAN MOTTO

“It will pass, everything you’ve gone through it will pass”

(Rachel Vennya)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas selesainya skripsi ini, peneliti persembahkan kepada:

Diri saya sendiri,

Mama, papa, dan kakak saya tercinta,

Seluruh sahabat dan teman seperjuangan,

Seluruh pengajar, pembimbing, serta penguji yang terhormat.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari adanya berbagai tantangan dan hambatan yang harus dihadapi. Namun, berkat bimbingan, semangat, dan dukungan dari banyak pihak, skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penyusunan penelitian skripsi ini.

1. Allah SWT, yang telah memberikan nikmat sehat sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Bapak Prof. Dr. H. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M., selaku Rektor Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Oey Hannes Widajaja S.E., M.M., MIKOM. sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia dan selalu sabar untuk memberikan tenaga dan waktunya untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
7. Kedua orang tua saya tersayang, Mama (Rohana), Papa (Madsani), serta kedua kakak perempuan saya (Deby dan Ghinaa) yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan di dunia perkuliahan dari awal hingga selesai pembuatan skripsi.

8. Sepupu-sepupu saya Qiza, Lia, dan Vista yang telah membantu dan memberikan semangat selama saya menyusun skripsi.
9. Teman-teman perkuliahan saya, Farren, Bertha, Virnic, Sherina, Joanne, Allison, dan Bradley, dan teman-teman lain yang selalu memberikan semangat dalam menjalani perkuliahan ini.
10. Sahabat saya Melinda, Dedy, Kemil, Angga, Delphie, Elly, dan Shania yang telah mendukung, memotivasi, dan mengapresiasi saya selama ini.
11. Teman-teman yang telah berkontribusi dalam memberikan semangat kepada penulis yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, namun telah memberikan bantuan selama proses penelitian ini.
12. Kepada diri saya sendiri yang sudah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih telah berusaha tanpa menyerah dan terus menikmati setiap langkah dalam perjalanan yang penuh tantangan. Terima kasih karena sudah bertahan hingga mencapai titik ini.

Terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu dan mendukung peneliti, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Semoga skripsi ini bermanfaat baik bagi peneliti, pembaca, dan pengembangan ilmu.

Jakarta, 2 Desember 2024

Peneliti



Sharyn Haliza Julial Bayyina Nasarudin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	7
3. Batasan Masalah	7
4. Rumusan Masalah.....	8
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	8

BAB II	10
A. Gambaran Umum Teori.....	10
B. Definisi Konseptual Variabel.....	10
1. Minat Berwirausaha.....	10
2. Motivasi Kewirausahaan.....	12
3. Penggunaan Sosial Media.....	13
C. Penelitian Relevan	14
D. Kaitan antara Variabel-variabel	19
1. Kaitan Motivasi Kewirausahaan dengan Minat Berwirausaha.....	19
2. Kaitan Penggunaan Sosial Media dengan Minat Berwirausaha	20
BAB III	22
METODE PENELITIAN.....	22
A. Desain Penelitian.....	22
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sample, dan Ukuran Sampel.....	22
1. Populasi.....	22
2. Teknik Pemilihan Sampel	23
3. Ukuran Sampel	23
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	24
1. Motivasi Kewirausahaan.....	24
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	27
1. Analisis Validitas	27
a. Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	27
b. Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	30
2. Analisis Reabilitas	32
a. <i>Cronbachs Alpha</i>	32
b. <i>Composite Reliability</i>	33
E. Analisis Data.....	33

1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model Analysis</i>)	33
2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>)	34
a. Koefisien Determinasi (R^2)	34
b. <i>Effect Size</i> (F^2)	34
c. <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	35
d. <i>Path Coefficient</i>	35
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Subjek Penelitian	37
B. Deskripsi Obyek Penelitian	38
C. Hasil Analisa Data	40
D. Pembahasan	46
BAB V	49
PENUTUPAN	49
A. Kesimpulan	49
B. Keterbatasan dan Saran	50
Daftar Pustaka	53
LAMPIRAN	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	77
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Skala Ordinal	24
Tabel 3. 2 Pertanyaan Motivasi Kewirausahaan (MK).....	24
Tabel 3. 3 Pertanyaan Penggunaan Sosial Media (SM).....	25
Tabel 3. 4 Pertanyaan Minat Berwirausaha (MB)	26
Tabel 3. 5 Hasil <i>Outer Loadings</i>	28
Tabel 3. 6 Hasil <i>Average variance extracted</i> (AVE).....	29
Tabel 3. 7 Hasil <i>Cross Loadings</i>	30
Tabel 3. 8 Hasil <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	31
Tabel 3. 9 Hasil <i>Fornell Larcker</i>	31
Tabel 3. 10 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	32
Tabel 4. 1 Kriteria Pemilihan Sampel Responden.....	37
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Variabel Motivasi Kewirausahaan.....	39
Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Variabel Penggunaan Sosial Media	39
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Variabel Minat Berwirausaha	40
Tabel 4. 5 Hasil Uji Koefisien determinasi.....	41
Tabel 4. 6 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	41
Tabel 4. 7 Hasil Uji <i>Effect Size</i>	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Model.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Struktur Umur Gen Z	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2. Petunjuk Kuesioner Penelitian	60
Lampiran 3. Hasil Tanggapan Responden.....	63
Lampiran 4. Karakteristik Responden Sampel Penelitian	67
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
Lampiran 6. Hasil Analisis Data.....	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan di era globalisasi sekarang semakin maju dan pesat dengan banyaknya inovasi teknologi terkini yang kian canggih. Banyak sekali media sosial yang bermunculan dengan versi dan fitur yang berbeda-beda. Hal ini membuat masyarakat penasaran dan ingin mencoba berbagai jenis media sosial (Internet). Internet digunakan tidak hanya sebagai media interaksi dan komunikasi, tetapi juga sebagai media periklanan untuk menawarkan produk dan menampilkan tren terkini yang berkembang, inilah yang disebut sebagai globalisasi Buana & Maharani (2022).

Globalisasi berarti segala sesuatu yang ada di belahan dunia lain dapat dilihat oleh orang-orang di seluruh dunia. Tidak mengherankan jika segala tindakan, makanan, adat istiadat, dan aktivitas orang-orang di luar negeri dapat dilihat oleh orang-orang di negara lain dan diketahui oleh kita. Dengan adanya globalisasi, berbagai media sosial telah merambah ke Indonesia. Media sosial merupakan sarana komunikasi yang digunakan masyarakat dalam proses sosial. Menurut catatan harian Buana dan Maharani yang dikutip oleh Andreas, media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai alat ekspresi diri dan pencitraan diri, bahkan juga dapat menciptakan suatu hal yang produktif dan bernilai tertentu Buana and Maharani, (2022). Menurut Diana (2019), pemerintah ingin media sosial bermanfaat dan digunakan untuk mendorong kreativitas dan inovasi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Generasi Z, merupakan orang-orang yang lahir di pertengahan tahun 1990-an dan awal tahun 2010-an, telah menjadi bagian integral dari perubahan sosial dan budaya yang terjadi di seluruh dunia. Generasi teknologi adalah sebutan yang diberikan kepada Generasi Z. Karena mereka

lebih muda dari orang tua, mereka lebih paham internet dan web. Gen Z sudah akrab dengan dunia media sosial sejak kecil. Ketika teknologi mengambil alih dunia, Generasi Z lahir. Oleh karena itu generasi ini disebut dengan generasi diam, generasi diam, dan generasi internet Kustiawan, (2022). Sebagai generasi yang pertama kali tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital, Gen Z memiliki nilai dan kecenderungan unik yang membedakannya dari generasi sebelumnya. Mereka sangat peduli dengan isu-isu global, seperti keberlanjutan lingkungan dan tanggung jawab sosial.

Gambar 1. 1
Struktur Umur Gen Z



Sumber: Data BPS (2023)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023 mengenai struktur umur penduduk Indonesia, menunjukkan bahwa presentase Pre-Boomer sebesar 1.87%, Baby Boomer sebesar 11.56%, Generasi X 21.88%, Milenial 25.87%, Gen Z sebesar 27.94%, dan Post Gen Z sebesar 10.88%. Dapat dilihat bahwa Gen Z menduduki struktur generasi terbanyak di Indonesia dengan total 27.94% dimana generasi ini lahir pada tahun 1997-2012.

Gen Z cenderung lebih tertutup dan belajar dari kesalahan generasi sebelumnya. Gen Z paham tentang *platform* digital dan memilih bagaimana dan di mana mereka berbagi informasi dengan hati-hati. Gen Z lebih suka membagikan detail kehidupan cintanya melalui pesan pribadi dibandingkan generasi milenial yang membagikan kehidupan cintanya di media sosial. Gen Z secara implisit memahami bahwa hanya karena mudahnya berbagi informasi dengan dunia bukan berarti mereka perlu berbagi segalanya. Pola pikir ini harus diadopsi oleh semua orang. Berbeda dengan generasi Milenial yang ingin memiliki jaringan luas, Gen Z mengadaptasi pendekatannya dalam menjalin pertemanan Bahijah *et al.*, (2022).

Berdasarkan pendapat David Mc. Clelland, suatu negara dapat dikatakan sejahtera jika minimal 20% dari total penduduknya adalah wirausaha Romli (2019). Namun saat ini persentase wirausaha di Indonesia masih rendah, masih di bawah 4%. Hal ini dibuktikan dengan data Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah tahun 2020 yang menunjukkan bahwa tingkat kewirausahaan Indonesia masih berkisar 3,47% dari total penduduk Indonesia (R.W. Prayoga dan Fadjar, 2021). Proporsi ini dinilai masih sangat rendah dibandingkan negara tetangga ASEAN seperti Singapura dengan tingkat kewirausahaan sebesar 8,76%, Thailand sebesar 4,26%, dan Malaysia sebesar 4,74% Cahyaningtyas *et al.*, (2021). Selain itu, tingkat kewirausahaan di Jepang dan Amerika Serikat melebihi 10% Setyanti *et al.*, (2021). Penyebab rendahnya tingkat kewirausahaan di Indonesia adalah rendahnya minat lulusan lembaga pendidikan baik tingkat sekolah maupun universitas untuk menjadi wirausaha Anand and Meftahudin (2020).

Rendahnya minat berwirausaha di kalangan masyarakat Indonesia menjadi perhatian serius bagi pemerintah, dunia pendidikan, industri dan masyarakat, dan berbagai inisiatif dilakukan untuk meningkatkan minat berwirausaha melalui pemahaman dan pengetahuan, sehingga perlu dilakukan perbaikan cara berpikir generasi muda tentang perubahan generasi. Sehingga ketika mereka menyelesaikan pendidikannya, mereka menjadi generasi pencipta lapangan kerja, bukan pencari kerja.

Berdasarkan fakta di atas, perlu dicari cara untuk meningkatkan minat berwirausaha khususnya di kalangan Generasi Z di Jakarta Barat. Pengusaha dapat sukses menjalankan usahanya apabila mempunyai keinginan dan minat. Widjaja & Budiono (2023) salah satu faktor pendorong tumbuhnya kewirausahaan di suatu negara terletak pada peran universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan untuk menumbuhkan motivasi wirausaha sejak awal. Minat merupakan faktor pendukung bagi individu untuk bekerja lebih giat dan sekuat tenaga memanfaatkan peluang yang datang. Pada dasarnya minat adalah menerima hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri Agusmiati dan Wahyudin (2019). Semakin kuat hubungannya, semakin besar minatnya. Orang yang tertarik pada suatu kegiatan cenderung nyaman melakukannya. Menurut Darmawan (2021), minat berwirausaha adalah gagasan individu yang bertujuan untuk memulai usaha baru, mengembangkan konsep usaha baru, atau menambah nilai baru pada usaha yang sudah ada. Munculnya minat seseorang untuk berwirausaha diawali dari diri sendiri dan sikapnya dalam memulai usaha baru Anand dan Meftahudin (2020).

Dapat disimpulkan bahwa minat merupakan faktor penting yang membantu pengusaha untuk sukses menjalankan usahanya. Pendapatan yang diharapkan mendorong kewirausahaan. Semakin tinggi pendapatan yang diharapkan maka semakin besar pula minat untuk memulai suatu usaha. Minat adalah proses motivasi yang kuat yang merangsang pembelajaran dan memandu hasil akademik dan karir, serta sangat penting bagi keberhasilan siswa (Judith, Jessi, & Stacy, 2016) (Munawar dan Supriatna, 2018).

Minat yang kuat tidak hanya meningkatkan semangat kerja dan memanfaatkan peluang, namun juga memotivasi individu untuk memulai usaha baru. Minat timbul karena adanya hubungan positif antara diri sendiri dengan suatu kegiatan atau tujuan tertentu, sehingga membuat individu merasa senang dan meningkatkan motivasinya untuk menekuni kegiatan berwirausaha. Salah satu faktor pentingnya adalah motivasi kewirausahaan.

Motivasi merupakan faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Motivasi dapat diartikan sebagai faktor yang menentukan perilaku seseorang ketika melakukan suatu tugas (Jaya, 2021). Motivasi adalah segala sesuatu yang dapat merangsang motivasi atau semangat seseorang untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu, minat berwirausaha sangat dipengaruhi oleh motivasi intrinsik. Orang yang termotivasi untuk sukses sebagai wirausaha akan memiliki minat yang tinggi dan bersedia memberikan segalanya. Motivasi mendorong inovasi, ketekunan, dan keberanian untuk mengambil keputusan, serta membantu wirausahawan bertahan dalam menghadapi kegagalan dan rintangan. Dengan motivasi yang tepat, seorang wirausahawan akan lebih mampu mengidentifikasi peluang, mengelola sumber daya secara efektif, dan akhirnya mencapai keberhasilan dalam jangka panjang. Selain itu, di era sekarang sudah adanya media sosial, membuat motivasi terhadap kewirausahaan semakin lebih baik dan bagus.

Media sosial adalah sarana dimana konsumen berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video satu sama lain dan dengan bisnis, dan sebaliknya (Pradana et al., (2020). Kehadiran media sosial memberikan hiburan bagi setiap orang untuk menghilangkan penat dan rasa bosan. Anda bahkan bisa tertawa bahagia saat menggunakan media sosial. Salah satu yang membuatnya senang sekaligus tertawa adalah media sosial TikTok. Media sosial memberikan dampak positif sebagai sarana berbagi informasi dan menjadikan literatur online mudah diakses oleh semua orang. Selain dampak positif, media sosial juga mempunyai dampak negatif. Artinya, dapat menimbulkan kecanduan pada penggunaannya. Hal ini berpotensi mengubah cara berpikir dan berperilaku masyarakat, terutama generasi Z dan generasi Internet Rahmana et al. (2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alfaruk (2017) meneliti sebanyak 247 responden di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh

Nugroho (2020) meneliti sebanyak 107 responden di SMK Negeri 4 Kelaten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Widiati et al (2022) meneliti sebanyak 33 responden di Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Widyawati et al (2022) meneliti sebanyak 227 mahasiswa FKIP UNIS Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Lalu, penelitian yang dilakukan oleh Susilawaty (2022) meneliti sebanyak 63 responden di Politeknik Negeri Ujung Pandang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Meskipun sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan positif antara media sosial, motivasi, dan minat berwirausaha, hasilnya masih bervariasi dan belum memberikan gambaran yang komprehensif terkait dinamika yang terjadi di kalangan Generasi Z di Indonesia, khususnya di Jakarta Barat. Beberapa penelitian mengungkapkan pengaruh signifikan, sementara yang lain menunjukkan hasil yang tidak konsisten, bahkan ada yang menemukan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menciptakan gap dalam pemahaman tentang bagaimana media sosial dapat mempengaruhi motivasi kewirausahaan, terutama di konteks lokal yang unik seperti Jakarta Barat.

Selain itu, meskipun Indonesia memiliki potensi besar dalam bidang kewirausahaan, tingkat kewirausahaan yang masih rendah, terutama di kalangan generasi muda, menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk mencari faktor-faktor yang dapat mendorong minat berwirausaha. Salah satu faktor kunci yang sering dibahas dalam literatur adalah motivasi kewirausahaan, yang diyakini dapat dipengaruhi oleh paparan media sosial.

Oleh karena itu, penting untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana media sosial, sebagai salah satu elemen penting dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z, dapat berperan dalam meningkatkan minat kewirausahaan mereka. Atas uraian diatas maka peneliti meneliti suatu permasalahan dengan judul Pengaruh Motivasi Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Jakarta Barat.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka peneliti melakukan identifikasi sejumlah masalah pada penelitian ini yaitu:

- a. Kemajuan sosial media menjadi peluang bagi generasi Z untuk lebih memanfaatkan dalam menggunakannya sebagai hal yang produktif, khususnya wirausaha.
- b. Dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada generasi Z membutuhkan cara-cara yang efektif agar memberikan motivasi dan inspirasi untuk menarik perhatiannya.
- c. Minimnya minat berwirausaha di kalangan generasi Z menjadi motivasi untuk mengubah pola pikir agar berfokus untuk menciptakan lapangan kerja dari pada mencari pekerjaan.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas, maka disusun batasan masalah pada riset ini dengan tujuan supaya peneliti mampu melaksanakan penelitian yang efektif dan terkendali. Adapun batasan masalah pada penelitian ini berfokus pada:

- a. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi gen Z di Universitas Tarumanagara.
- b. Objek dari penelitian ini adalah pengaruh motivasi kewirausahaan (X1), penggunaan sosial media (X2), dan minat berwirausaha (Y) di Universitas Tarumanagara Jakarta Barat.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- a. Apakah motivasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Universitas Tarumanagara Jakarta Barat?
- b. Apakah penggunaan sosial media memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Universitas Tarumanagara Jakarta Barat?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Universitas Tarumanagara Jakarta Barat.
- b. Mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Universitas Tarumanagara Jakarta Barat.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman para pembaca serta membantu menggali pemahaman yang lebih mendalam mengenai interaksi antara motivasi kewirausahaan, penggunaan sosial media, dan minat berwirausaha. Hal ini dapat memberikan landasan teoritis yang lebih kuat untuk memahami fenomena ini, serta dapat berkontribusi pada pengembangan teori dalam bidang kewirausahaan dan manajemen

dengan menyediakan wawasan baru tentang bagaimana jaringan sosial dan perilaku kewirausahaan proaktif memengaruhi minat berwirausaha.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman kepada peneliti tentang faktor-faktor yang diteliti, yaitu motivasi kewirausahaan dan penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha pada Gen Z.

2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pemahaman yang lebih luas kepada Gen Z, khususnya dalam hal menumbuhkan minat berwirausaha. Serta diharapkan akan memberikan panduan praktis dalam mengembangkan strategi yang lebih cerdas dan efektif.

Daftar Pustaka

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Budiarti, K. W., Maslichah, & Rudiningtyas, D. A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Family Environment, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 13(02), 330–338.
- Bustami, Abdullah, D., & Fadlisayah. (2014). Statistika Parametrik. *Statistika Terapannya Pada Bidang Informatika*, 3(5), 219. <https://repository.unimal.ac.id/2485/>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.
- Dina Ismaya, Sri Hartono, & Fery Setiawan. (2024). the Influence of Motivation, Entrepreneurial Knowledge and Family Environment on Interest in Entrepreneurship in Management Program Students of Muhammadiyah Ponorogo University. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 204–216. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.336>
- Djollong, A. F. (2014). Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research). *Istiqra' : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1), 86–100. <https://jurnal.umpar.ac.id/index.php/istiqra/article/view/224>
- Firdaus, A. P., & Mustika Dewi, R. (2024). The Influence of E-commerce Use, Entrepreneurial Knowledge, and Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Interest. *JMET: Journal of Management Entrepreneurship and Tourism*, 2(2), 217–228. <https://doi.org/10.61277/jmet.v2i2.98>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.
- Handayani, Tri; Handayani, Ita; Ikasari, I. H. (2019). Buku Statistika Dasar. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Khwarazmita, T. (2022). The Influence of Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Interest of UMM Students. *Journal of Career and Entrepreneurship*, 1(1), 1–9.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.

- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmiati, & Saputra, I. (2023). Buku Ajar Statistika. *FEBS Letters*, 185(1), 4–8.
- Sari, A. P., Anggraini, D. D., Sari, M. H. N., Gandasari, D., Siagian, V., Septarini, R. S., Tjiptadi, D. D., Sulaiman, O. K., Munsarif, M., Siregar, P. A., Nugraha, N. A., & Simarmata, J. (2020). Kewirausahaan Bisnis Online. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Sentika, S., Ode, W., & Muizu, Z. (2020). *Motivasi Pada Mahasiswa Generasi Y Dan Generasi Z*. 4(3), 188–201.
- Sosiady, M., & Ermansyah. (2023). The Influence of Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Learning, and the Use of Social Media on Student Entrepreneurship Interest. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 4(2), 1–13.
<https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/453>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sun, L., Ji, S., & Ye, J. (2018). Partial Least Squares. In *Multi-Label Dimensionality Reduction*. <https://doi.org/10.1201/b16017-6>
- Uswatun, L. (2021). Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. *UNPAR Press*, 1(1), 1–29. <https://www.dqlab.id/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian%0Ahttp://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian>
- Wijayanti, R. R., Malau, N. A., Sova, M., & Ngii, E. (2022). Statistik Deskriptif. *Widina Media Utama*, 1, 5–24. www.penerbitwidina.com
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Science Direct*, 50(2), 179-211.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*.
- Dina Ismaya, S. H. (2024). The Influence of Motivation, Entrepreneurial Knowledge And Family Environment on Interest In Entrepreneurship In Management Program Students of Muhammadiyah Ponorogo University. *Journal of Management and Innovation Entrepreneursip (JMIE)*.
- Eko Retno Wulandari, E. R. (2020). Strategi Promosi E-Journal untuk Generasi-Z di Perpustakaan Universitas Padjadjaran . *Khizanah Al-Hikmah*.
- Era Mustika Ginting, E. S. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dan Keamanan Kartu Kredit Perbankan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.

- Fahmi, I. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Dan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*.
- Fransiska Puspita Widiati, T. L. (2022). Pengaruh Media Sosial, Motivasi, dan Bisnis Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Sibatik Jurnal*.
- Hasyim, A. J. (2024). The Influence of Entrepreneurial Motivation on Interest in Becoming a Young Entrepreneur in Medan State University Fe Students. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*.
- Hayatun Nufus, T. H. (2022, 1 1). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 6(1), 2022, 21-34. Retrieved from Available online at <http://journal.lembagakita.org>.
- Hikmatullila1, R. M. (2024). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *JOEAI (Journal of Education and Instruction)*.
- Husnawati, F. T. (2019). Pengujian validitas dan reliabilitas konstruk hope. *Jurnal Psikologi Terapan dan Pendidikan*.
- I Komang Sumerta Ni Komang Redianingsih, I. M. (2020). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi di Kota Denpasar . *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* .
- Ijah Bahijah, S. N. (2022). Wasathiyah Islam di Era Disrupsi Digital (Pendidikan Nilai-Nilai Wasathiyah Islam Dalam Bersosial Media Di Kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z). *Jurnal Pendidikan Islam*.
- Khayru, R. K. (2021). Opinions about Consumer Behavior during the Covid-19 Pandemic. *Journal of Social Science Studies*.
- Khwarazmita1, T. (2022). The Influence of Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Interest of UMM Students. *Journal of Career and Entrepreneurship*.
- Laurence, K. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Preferenceterhadap Purchase Intentionproduk Minuman di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*.

- Maylinda Nasution, S. A. (2024). The Influence of Social Media, Entrepreneurial Knowledge and Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Interest in Program Students Entrepreneurship Studies of Malikussaleh University. *Management Research and Behavior Journal*, 4 (1) (2024), 1-6.
- Mela Julia, A. J. (2022, febuari 12). *Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan dan Strategi Organisasi*. Retrieved from jurnal infor: <https://dinastirev.org/JEMSI>
- Muhammad Hasym Alfaruk, P. U. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*.
- Munandar, M. N. (2024). The Influence of Social Media, Entrepreneurial Knowledge and Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Interest in Program Students Entrepreneurship Studies of Malikussaleh University. *Management Research and Behavior Journal*.
- Neni Widyawati, A. W. (2022). Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa . *JIPIS*.
- Oey Hannes Widjaja, H. (2023). Pengaruh Ciri Kepribadian Wirausaha terhadap Minat berwirausaha Mahasiswa Buddhis dengan Pendidikan Kewirausahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Serina Ekonomi dan Bisnis*, 01(02), 153–161.
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*,.
- Pratiwi, W. J. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Information Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 12(01), 103-114.
- Qurratul Aini, F. O. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Shabira Maharani¹, I. M. (2023). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534. Retrieved from t <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

- Sinaga, K. M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
- SitiMaullah, M. (2021). Mengukur minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan theory of planned behavior dan religiusitas. *Journal of Management and Digital Business*.
- Suhendra Eka Putra, A. H. (2022). Pengaruh Motivasi, Kepribadian dan Lingkungan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Gampong SidadadiKecamatan Langsa Lama. *JIM (Jurnal Ilmiah Mahasiswa)*.
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1).
- Viktor Handrianus Pranatawijaya, W. R. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains dan Informatika*.
- Wifiani Sukma Dewi, M. P. (2021). The Influence of Knowledge, Social Media Utilization and Motivation on Entrepreneurial Intention (Case Study: Telkom University Students). *IEOM Society International*.
- Widjaja, O. H., (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Pengalaman Kerja terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*.