

EFEK PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA MANAJEMEN UNTAR

Daffa Yussara Agusni¹, Kartika Nuringsih^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: daffa.115200296@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta*
Email: kartikan@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 15-02-2024, revisi: 19-06-2024, diterima untuk diterbitkan: 25-07-2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa manajemen Universitas Tarumanagara. Teknik pemilihan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *probability sampling* dengan metode sampel acak, yaitu semua item di dalam populasi memiliki kesempatan yang setara untuk dipilih dan menjadi bagian dari sampel. Sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa/i manajemen yang sedang menempuh gelar sarjana di Universitas Tarumanagara dengan total sebanyak 169 responden. Data dianalisis menggunakan metode SEM dengan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

Kata Kunci: pendidikan kewirausahaan, media sosial, niat berwirausaha

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of entrepreneurship education and social media on entrepreneurial intentions in Tarumanagara University management students. The sample selection technique used in this study is probability sampling with a random sample method, ie all items in the population have an equal opportunity to be selected and become part of the sample. The sample in this study were management students who were pursuing undergraduate degrees at Tarumanagara University with a total of 169 respondents. The data were analyzed using the SEM method with the SmartPLS 4.0 application. The results of this study found a positive and significant effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention and social media has a positive and significant effect on entrepreneurial intention.

Keywords: entrepreneurship education, social media, entrepreneurial intention

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Pengangguran terjadi karena adanya keterbatasan lapangan kerja dibandingkan dengan jumlah angkatan kerja (Hasan, 2019). Jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia sangatlah timpang jika dibandingkan dengan jumlah pencari kerja. Maka dari itu untuk mendapatkan pekerjaan di era modern seperti sekarang sangatlah sulit, sehingga banyaknya pertumbuhan pengangguran di Indonesia. Mau tak mau generasi muda adalah sebuah harapan untuk membangun sebuah usaha, agar bertambah peluang pekerjaan bagi orang-orang yang sedang membutuhkan pekerjaan. Namun tidak semua orang memiliki nyali dan *passion* dalam membangun usaha. Masih banyak orang yang tidak siap dalam mengambil resiko ketika ingin membuat bisnis, hal ini dikarenakan masih kurangnya motivasi dan pengetahuan dalam berwirausaha. Padahal di era modern sekarang adalah saat yang pas untuk membuat usaha di tengah kurangnya lapangan pekerjaan.

Karir di bidang kewirausahaan menawarkan peluang signifikan bagi individu yang ingin berwirausaha untuk mencapai kemandirian finansial dan memberikan manfaat bagi ekonomi melalui kontribusi pada penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan pertumbuhan ekonomi. Mahasiswa sekarang adalah calon pengusaha di masa depan, yang mungkin menjelaskan mengapa semakin banyak Universitas di Indonesia menawarkan program kewirausahaan. Namun, masih banyak yang belum memahami mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa untuk menjadi pengusaha dan hubungan antara pendidikan kewirausahaan dengan sikap dan niat kewirausahaan mahasiswa (Souitaris *et al.*, 2007). Niat berwirausaha itu sendiri akan meningkat jika individu memiliki pengetahuan di mana niat tersebut didefinisikan sebagai apresiasi individu terhadap keterampilan, mental, dan konsep kewirausahaan. Seseorang akan meningkatkan keinginannya untuk menjadi seorang wirausaha seiring dengan peningkatan pengetahuan mereka tentang sisi positif menjadi seorang wirausaha.

Dalam konteks ini, pendidikan kewirausahaan memainkan peran yang dianggap penting dalam membentuk niat berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan yang diberikan oleh Universitas tidak hanya memberikan ilmu pengetahuan, namun juga diharapkan dapat membentuk sikap dan pandangan mahasiswa agar berintensi menjadi pelaku wirausaha. Hal ini dimungkinkan karena di Universitas para sarjana rata-rata sudah dibekali pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu mata kuliah yang harus diikuti dan di pelajari oleh mahasiswa khususnya di Universitas Tarumanagara.

Menurut penelitian Hidayati (2015), Universitas Tarumanagara menekankan nilai-nilai integritas, profesional, dan entrepreneurship (IPE) dalam pendidikannya. Hal ini bisa terlihat dari visi Universitas Tarumanagara, yaitu “Menjadi Universitas Entrepreneurial Unggul yang memiliki Integritas dan Profesionalisme di Asia Tenggara”. Visi ini telah didukung dengan adanya berbagai kegiatan yang dilakukan untuk membangun budaya kewirausahaan di lingkungan Universitas, yaitu seperti pelatihan, seminar kewirausahaan, studi banding, program mahasiswa berwirausaha, dan yang lainnya. Dalam hal ini dapat diperkuat dengan adanya mata kuliah Dasar-dasar Kewirausahaan yang wajib diambil oleh seluruh mahasiswa.

Lebih jelasnya lagi bahwa Jurusan Manajemen Universitas Tarumanagara memiliki konsentrasi kewirausahaan yang dapat diambil oleh mahasiswa. Mahasiswa yang mengambil konsentrasi kewirausahaan akan mendapatkan ilmu yang lebih dalam dan pengalaman yang lebih luas di bidang kewirausahaan. Mahasiswa dapat merasakan proses kewirausahaan dimulai dari perencanaan ide bisnis hingga implementasinya melalui berbagai mata kuliah dan kegiatan Entrepreneur Week yang secara rutin diselenggarakan setiap semester. (Chandra dan Budiono, 2019)

Melalui penelitiannya, Kraus *et al.* (2019) berpendapat bahwa kewirausahaan digital kini merupakan bentuk kewirausahaan yang paling populer, dapat kita lihat dan terbukti di jaman sekarang rata-rata orang dari berbagai kalangan pasti menggunakan media sosial, pembelajaran untuk semua: Investasi perlu difokuskan pada pengetahuan dan keterampilan yang dapat membantu mempromosikan kewirausahaan dan inovasi (Kraus *et al.*, 2019). Pada era digitalisasi saat ini, peningkatan pangsa pasar akan terjadi jika suatu produk diperkenalkan melalui media sosial sehingga tidak heran peran dari media sosial merupakan hal yang penting saat ini (Soelaiman *et al.*, 2023). Hal ini melibatkan keyakinan kuat terhadap kemampuan platform digital dan teknologi untuk menghasilkan prospek bisnis yang kreatif dan menguntungkan (Tomy dan Pardede, 2020).

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh positif pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa manajemen untar?
- b. Apakah media sosial mempengaruhi intensi berwirausaha mahasiswa manajemen untar?

Kajian teori

Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah (TPB) *Theory of planned behavior* merupakan kelanjutan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Ajzen, 1991; Madden et al., 1992). TPB memiliki 3 konsep untuk menentukan niat seseorang, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku (Ajzen, 1991).

Pendidikan kewirausahaan

Menurut Cheung et al., (2011) pelajaran wirausaha membantu dalam mentransfer motivasi untuk menjadi seorang pengusaha dan memperkuat pengembangan keahlian praktik bisnis sekaligus kompetensi lainnya. Dalam rangka mencapai tujuannya, pendidikan bidang wirausaha memiliki fokus utama yakni meningkatkan semangat inovatif para siswa.

Media sosial

Semakin meningkatnya penggunaan media sosial oleh masyarakat memotivasi para pelaku usaha. Menyulap media tersebut menjadi alat promosi *online*. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan *traffic* merupakan tujuan strategi pemasaran yang terstruktur untuk meningkatkan pengembangan dan pertumbuhan bisnis. Dalam hal kerentanan, mahasiswa sebagai agen perubahan dianggap paling rentan. Semakin meningkat, ketergantungan terhadap internet dibandingkan dengan segmen masyarakat yang lain, menurut Kendall. (Indraswati dkk, 2020).

Intensi berwirausaha

Tong et al. (2011) mengungkapkan bahwa niat berwirausaha diprediksi oleh kebutuhan akan prestasi, latar belakang bisnis keluarga, dan norma subjektif. Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa akan memilih untuk menjadi pengusaha jika ada kebutuhan akan prestasi, berasal dari keluarga yang terlibat dalam bisnis, dan mendapat dukungan dari individu terdekat seperti anggota keluarga dan teman-teman.

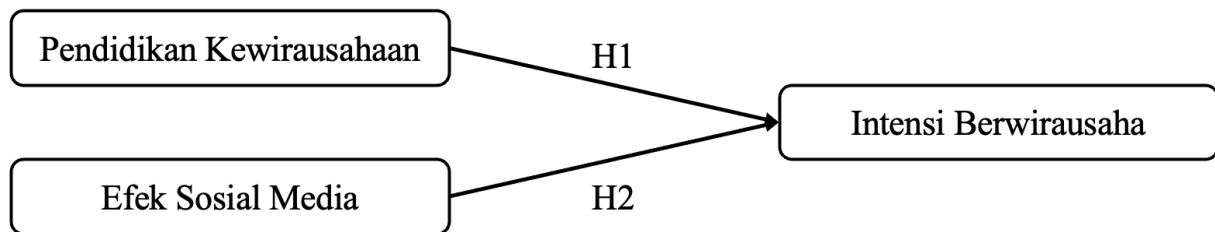
Pengaruh pendidikan kewirausahaan dengan intensi berwirausaha

Chimucheka (2017) mengungkapkan bahwa semakin pentingnya pengembangan kewirausahaan dalam pertumbuhan ekonomi, memperlihatkan betapa besar peran Universitas melalui upaya penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Beberapa Fakultas ekonomi menawarkan peluang bagi individu yang ingin belajar bagaimana memulai dan mengoperasikan bisnis melalui penyediaan mata kuliah kewirausahaan. Mereka didorong untuk muncul keinginan berwirausaha.

Pengaruh media sosial terhadap intensi berwirausaha

Media sosial merupakan platform online yang menggunakan internet di mana pengguna dapat menggunakan ini untuk berinteraksi, saling berbagi informasi, dan menciptakan sesuatu yang baru. sehingga dapat menyebabkan efek terhadap masyarakat. Media sosial yaitu suatu media online yang menyediakan berbagai fasilitas bagi penggunaannya dalam mendapatkan, menciptakan sesuatu, dan berkomunikasi dapat dilakukan secara cepat tanpa adanya batasan. Pemanfaatan media sosial merupakan kegiatan maupun aktivitas individu melalui alat yang digunakan dan dimanfaatkan untuk berbagi kabar berita, menjalin kerja sama, saling berinteraksi dengan media sosial (Muhiba, 2020).

Berdasarkan penjelasan mengenai kaitan antarvariabel di atas, kerangka pemikiran penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pemaparan kaitan antar variabel dan kerangka pemikiran diatas, maka dapat dirumuskan beberapa jawaban sementara atau hipotesis atas rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

H1: Pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha

H2: Efek media sosial memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan model deskriptif. Desain penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk menyelidiki suatu kondisi, keadaan, atau peristiwa lain, kemudian hasilnya akan dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 2019). Kemudian pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner untuk pengumpulan datanya kepada mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara.

Creswell (149) menyebutkan bahwa, “penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian pendidikan dimana peneliti memutuskan apa yang akan diteliti, menyusun pertanyaan spesifik, membatasi pertanyaan, mengumpulkan data terukur dari partisipan, menganalisis angka – angka dengan menggunakan statistik, melakukan penyelidikan yang tidak memihak dengan cara - cara yang obyektif”.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji asumsi analisis data

Berdasarkan Tabel 1, *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa jika setiap variabel dari penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0,50 (>0,50). Maka artinya setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini sudah memenuhi syarat dari validitas konvergen berdasarkan dari analisis *Variance Extracted* (AVE).

Tabel 1. *Average Variance Extracted* (AVE)

Sumber : Hasil olah data SmartPLS ver 0.4

Indikator	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Intensi Berwirausaha	0,575
Pendidikan Kewirausahaan	0,597
Media sosial	0,551

Hasil dari uji outer loading menunjukkan nilai outer loading dari setiap indikator berada di atas 0,70 sehingga indikator pada penelitian ini lolos pada validitas konvergen. Hasil pengujian tersebut ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. *Outer loading*
Sumber : Hasil olah data SmartPLS ver 0.4

Indikator	Outer Loading		
	IB	PK	SM
IB 1	0,801		
IB 2	0,718		
IB 3	0,738		
IB 4	0,774		
PK 1		0,743	
PK 2		0,748	
PK 3		0,834	
PK 4		0,762	
SM 1			0,723
SM 2			0,704
SM 3			0,759
SM 4			0,779

Hasil dari data analisis pada cross loading menunjukkan bahwa semua nilai korelasi dari cross loading tiap indikator dengan variabelnya lebih tinggi daripada nilai cross loading indikator tersebut dengan variabel lain. Maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dari uji validitas diskriminan.

Tabel 3. *Cross loading*
Sumber : Hasil olah data SmartPLS ver 0.4

Indikator	Intensi Berwirausaha	Pendidikan Kewirausahaan	Sosial Media
IB 1	0,801	0,608	0,513
IB 2	0,718	0,588	0,529
IB 3	0,738	0,540	0,547
IB 4	0,774	0,593	0,605
PK 1	0,530	0,743	0,559
PK 2	0,592	0,748	0,510
PK 3	0,686	0,834	0,747
PK 4	0,550	0,762	0,574
SM 1	0,515	0,559	0,723
SM 2	0,463	0,545	0,704
SM 3	0,554	0,624	0,759
SM 4	0,605	0,586	0,779

Reliabilitas

Hasil analisis pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* dari masing masing variabel di atas 0,6 dan 0,7 sehingga dapat di artikan variabel dalam penelitian ini lulus uji reliabel.

Tabel 4. *Cronbach's alpha*
Sumber : Hasil olah data SmartPLS ver 0.4

Indikator	Cronbach Alpha	Composite Reliability
Intensi Berwirausaha	0,753	0,754
Pendidikan Kewirausahaan	0,775	0,784
Media sosial	0,728	0,735

Hasil analisis data

Berdasarkan hasil dari analisis *Coefficient of determination* yang ada pada Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai R2 dari variabel dependen intensi berwirausaha berada di angka 0,626 yang berarti memiliki tingkat dipengaruhi oleh variabel independen sedang.

Tabel 5. Analisis *coefficient of determination*
Sumber : Hasil olah data SmartPLS ver 0.4

Variabel	<i>Coefficient of Determination (R2)</i>	Keterangan
Intensi Berwirausaha	0,626	Sedang

Hasil dari analisis *Effect size* yang ditunjukkan pada Tabel 6, menunjukkan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang sedang terhadap intensi berwirausaha karena berada di antara kategori 0,15 dan 0,35 dengan nilai 0,286. kemudian variabel media sosial terhadap memiliki pengaruh kecil terhadap intensi berwirausaha karena memiliki nilai di bawah 0,15 dengan nilai yang dihasilkan 0,107.

Tabel 6. Analisis *effect size*
Sumber : Hasil olah data SmartPLS ver 0.4

Variabel	<i>Effect Size (F2)</i>
Pendidikan Kewirausahaan → Intensi Berwirausaha	0,286
Media sosial → Intensi Berwirausaha	0,107

Berdasarkan hasil analisis *predictive relevance* pada Tabel 7, nilai Q2 sebesar 0,610 yang artinya nilai observasi yang di hasilkan baik. Karena nilai tersebut diatas dari 0 ($Q2 > 0$). Dapat disimpulkan bahwa hubungan konstruk antara variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini dianggap relevan untuk mengukur model penelitian yang telah terbentuk sebelumnya dengan baik.

Tabel 7. Analisis *predictive relevance*
Sumber : Hasil olah data SmartPLS ver 0.4

Variabel	<i>Predictive Relevance (Q2)</i>
Intensi Berwirausaha	0,610

Pengujian hipotesis

Uji hipotesis dalam sebuah penelitian bertujuan untuk mencari tahu apakah hipotesis yang telah dirumuskan didukung atau tidak didukung. Proses uji hipotesis pada penelitian bisa dilakukan dengan prosedur *bootstrapping* pada metode *structural equation modelling* (SEM) menggunakan aplikasi smartPLS. Hipotesis penelitian dapat didukung jika nilai *path coefficients* yang dihasilkan memiliki nilai diantara -1 sampai $+1$, dan nilai *p-value* yang dihasilkan harus lebih kecil dari 0,05.

Tabel 8. Uji hipotesis
Sumber: Hasil olah data SmartPLS ver 0.4

Variabel	<i>Path Coefficients</i>	<i>P-Value</i>
Pendidikan Kewirausahaan → Intensi Berwirausaha	0,520	0,000
Media sosial → Intensi Berwirausaha	0,319	0,000

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti memiliki kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa/i Universitas Tarumanagara khusus nya mahasiswa/i dari fakultas ekonomi dan bisnis jurusan manajemen. Seseorang yang terus menerus diberikan ilmu atau pengetahuan tentang kewirausahaan membuat tertanam nya pola pikir serta orientasi tentang kewirausahaan sehingga minat wirausaha meningkat.
- b. Media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa/i Universitas Tarumanagara khususnya mahasiswa/i dari fakultas ekonomi

dan bisnis jurusan manajemen. Di era yang serba digital ini semakin banyak berbagai macam platform *marketplace* yang banyak orang sekitar pakai termasuk para mahasiswa sehingga dapat memicu pola pikir individu tentang berwirausaha sehingga minat wirausaha meningkat.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya, dan mahasiswa yang ingin mendirikan sebuah usaha. Berikut saran pribadi dari peneliti :

- a. Saran untuk mahasiswa yang ingin berwirausaha alangkah baiknya tidak hanya memiliki niat nya saja namun juga harus dipelajari lagi lebih dalam apa itu berwirausaha, bagaimana cara menjalankan dan praktekan. Sehingga dapat mempengaruhi lebih banyak orang terhadap intensi berwirausaha
- b. Untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel baru yang mungkin sekarang sedang ramai trend nya seperti contoh variabel media sosial, bisnis online, dll. supaya makin banyak jenis penelitian nya

Ucapan terima kasih

Peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada ibu Kartika Nuringsih S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang sudah rela meluangkan waktu, tenaga, dan pikiranya untuk memberikan arahan sehingga peneliti dapat menyusun penelitian ini dengan baik.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chandra, R. A. & Budiono, H. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha yang Dimediasi Efikasi Diri Mahasiswa Manajemen. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(4), 645-655. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6542>
- Cheung., Chi, K., & Chan, Y. C. R. The introduction of entrepreneurship education to school leavers in a vocational institute, vol 4, *International Journal of Scientific Research in Education*, 2011, pp. 8-16.
- Chimucheka, Tendai. 2017. The Impact of Entrepreneurship Education on the Establishment and Survival of Small, Micro and Medium Enterprises (SMMEs). *Journal Economics*, 4(2): 157-168.
- Hasan, I. (2019). *Analisis pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap tingkat pengangguran terbuka di kabupaten nagan raya*. *Jurnal Ekombis*, 4(2), 133-142.
- Hidayati, N. (2015). “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Berwirausaha dan Dampaknya Terhadap Kualitas Hidup (Studi Terhadap Wanita Wirausaha Kuliner di Jawa Tengah)” *Jurnal pendidikan*, 3(1), 7-13.
- Indraswati, Dyah, Vivi Rachmatul Hidayati, Nourma Pramestie Wulandari dan Mohammad Archi Maulyda. (2021). “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 9(1): 17–34.
- John W. Creswell. *Education Research, Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, (New Jersey USA: Pearson Education Inc., 2008), H.46
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019), “Digital entrepreneurship: a research agenda on new business models for the twenty-first century”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol. 25 No. 2, pp. 353-375.
- Muhiba, F. N. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial

- Terhadap Minat Siswa Menjadi Entrepreneur RPL SMKN 9 Malang. 173.
- Soelaiman, L., Herwindiati, D. E., & Payangan, O. R. (2023). Instagram vs TikTok: Platform Mana yang Lebih Efektif Meningkatkan Kinerja UMKM?. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 402-417. <http://dx.doi.org/10.24912/jk.v15i2.236711>
- Souitaris, V. Zerbinati, S., & Al-Laham, A. 2007. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22, pp: 566–591.
- Tomy, S. & Pardede, E. (2020), “An entrepreneurial intention model focussing on higher education”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol. 26 No. 7, pp. 1423-1447.
- Tong X. A., Tong D. Y. K. & Loy L. C., (2011). Factors influencing entrepreneurial intention among university students. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 3, 487- 496.