

Determinasi Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, dan Lingkungan Keluarga dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha

Wirda Latifah^{1*}, Khusaini², Andi Yustira Lestari Wahab³

^{1,2,3} Universitas Islam Syekh-Yusuf

*Corresponding author, e-mail: 1805010038@students.unis.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.24036/011228550>

Diterima: 09-05-2023

Revisi : 15-05-2023

Available Online: 29-05-2023

KEYWORD

entrepreneurship education, family environment, entrepreneurial intention, social media

A B S T R A C T

Currently the number of unemployed is increasing in Indonesia, one way to reduce the unemployment rate is by entrepreneurship. However, those who become entrepreneurs are relatively few. This study intends to examine the impact of entrepreneurship education, use of social media, and family background on entrepreneurial intentions. We utilized of 274 samples unit with simple random technique. The online questionnaires were utilized to collecting data. The multiple regression results showed that entrepreneurship education, using of social media, and family background partially had a positively significant impact on the entrepreneurial intention of SMKN 9 Tangerang Regency students. This research has implications that entrepreneurship education wants to further increase the variety and use of social media by students to encourage growing intention in entrepreneurship.



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). Some rights reserved

PENDAHULUAN

Suatu negara apabila ingin terus berkembang maka harus memperhatikan pertumbuhan ekonomi negaranya, baik ekonomi mikro maupun ekonomi makronya. Pertumbuhan ekonomi yang baik ditandai dengan meningkatnya perekonomian suatu Negara (Saepuloh et al., 2019). Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian suatu Negara adalah dengan cara berwirausaha. Negara dapat menjadi makmur jika paling tidak memiliki 2% pengusaha dari jumlah penduduknya (Margahana & Triyanto, 2019). Di Indonesia, pada tahun 2016 hanya terdapat 1.65% wirausahawan dari total penduduk (Widnyana et al., 2019) dan meningkat menjadi 3.1% pada tahun 2017 (Aqmala et al., 2020). Meskipun terjadi peningkatan jumlah wirausaha, namun kualitas berwirausaha masih kategori rendah, sehingga kemampuan berwirausahanya masih minim, akibatnya kurang berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi (Rusmana, 2020).

Rendahnya wirausaha di Indonesia juga berdampak pada tingginya angka pengangguran. BPS mencatat bahwa pada periode Agustus 2020 jumlah angkatan kerja Indonesia sebesar 138.22 juta orang. Dari angka tersebut, 7.07% masih mesih menjadi pengangguran terbuka. Jika dibandingkan dengan periode Agustus 2019 sebesar 5,23%, maka dapat dikatakan bahwa jumlah pengangguran meningkat signifikan pada periode Agustus 2020 (Badan Pusat Statistik, 2022). Salah satu upaya untuk menekan permasalahan ini adalah mendorong dan

menciptakan wirausahawan-wirausahaan baru. Hal ini relevan dengan Tahir & Rambulangi (2020) yang menyatakan bahwa berwirausaha dianggap menjadi alternatif untuk pengurangan jumlah pengangguran.

Namun pada kenyataannya tidak banyak individu yang berani mengambil keputusan untuk menjadi wirausahawan (Melati et al., 2019). Untuk menjadi seorang wirausahawan, seseorang hendaknya memiliki minat dalam berwirausaha agar individu dapat bertindak secara logis dan optimal (Cania & Heryani, 2020) dalam pengambilan keputusannya. Namun terdapat permasalahan yang muncul, yakni rendahnya minat berwirausaha, terutama pada siswa SMK (Isma, 2021). Permasalahan ini relevan dengan studi pendahuluan tentang minat berwirausaha di SMK Negeri 9 Kabupaten Tangerang tentang ketersediaan lulusan tahun 2021 seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Keterserapan Lulusan SMKN 9 Kabupaten Tangerang Tahun 2021

Tahun Lulus	Jumlah Siswa	Bekerja	Wirausaha	Kuliah	Tidak Diketahui
2019	384	49	5	31	299
2020	409	39	3	25	342
2021	421	22	6	27	366

Sumber: BKK SMKN 9 Kabupaten Tangerang

Berdasarkan tabel diatas, dari seluruh alumni yang dapat ditelusuri hanya sebagian alumni yang memilih melanjutkan bekerja dan kuliah. Sedangkan alumni yang memilih untuk berwirausaha sangat sedikit. Pada angkatan 2019 terdapat 5.88% siswa yang memilih untuk berwirausaha, pada angkatan 2021 terdapat 4.47% siswa yang memilih untuk berwirausaha, dan angkatan 2021 terdapat 10.9% siswa yang memilih untuk berwirausaha, dan sisanya tidak diketahui sudah bekerja, berwirausaha atau memilih untuk kuliah.

Tahapan pertama untuk meningkatkan jumlah wirausaha adalah mendorong sejak dini tumbuhnya minat berwirausaha melalui jalur pendidikan formal, khususnya jenjang pendidikan SMK. Hal ini bertujuan untuk mempersiapkan para lulusan agar mampu menciptakan lapangan pekerjaan untuk dirinya ataupun orang lain serta terampil dalam mengelola resiko usaha (Adha & Permatasari, 2021). Ningtiyas et al., (2022) menyatakan bahwa adanya pendidikan kewirausahaan merupakan hal yang esensial dan awal dalam bagi siswa untuk penciptaan lapangan pekerjaan baru, menjadi *leader* masa depan, serta tidak bergantung pada pekerjaan formal seperti BUMN dan BUMS. Sementara itu, Mardisentosa et al. (2020) juga menyatakan bahwa seorang wirausahawan membutuhkan kepribadian yang baik dan kuat untuk mendukung minat berwirausaha. Terdapat beberapa factor yang menentukan tinggi rendahnya minat berwirausaha setiap individu, yakni pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan latar belakang keluarga.

Pendidikan kewirausahaan instrumen penting untuk mengeliminasi kemiskinan, pengangguran, dan tahapan untuk menggapai sebuah impian bagi setiap individu atau masyarakat untuk memiliki kemampuan finansial, membangun kemakmuran individu, serta kesejahteraan masyarakat secara mandiri (Perkasa et al., 2020). Pembentukan karakter individu, pemahaman, sikap, dan keterampilan berwirausaha dapat dibentuk melalui pendidikan kewirausahaan (Sari et al., 2021). Hubungan antara pendidikan kewirausahaan dengan minat berwirausaha masih inkonsisten, yakni terdapat temuan yang menunjukkan hubungan yang signifikan dan tidak signifikan. Misalnya, Shah et al. (2020) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan secara efektif memberikan kontribusi untuk meningkatkan minat berwirausaha. Selanjutnya, Aboobaker & D (2020) juga menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan efektif dalam memunculkan minat berwirausaha. Hasil yang sama juga ditemukan bahwa minat berwirausaha sangat ditentukan secara kuat oleh kegiatan pendidikan kewirausahaan (T. Ahmed et al., 2020; Boubker et al., 2021). Namun tidak semua studi sebelumnya mendukungnya, misalnya Kusumojanto et al. (2021) yang terbukti gagal menjelaskan peran pendidikan kewirausahaan dalam minat berwirausaha.

Selanjutnya, faktor lain yang juga menentukan minat berwirausaha yaitu penggunaan media sosial. Kaplan (2010) dalam Olanrewaju et al. (2020) menyatakan bahwa media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas fondasi teknologi, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat oleh penggunanya. Terkait dengan hubungan antara penggunaan media sosial dengan minat berwirausaha diuji oleh peneliti sebelumnya yakni Kumara (2020) yang menemukan korelasi yang positif dan signifikan.

Demikian juga dengan temuan lain yang menyimpulkan bahwa minat berwirausaha secara signifikan dipengaruhi oleh penggunaan media sosial (E. R. Ahmed et al., 2019; Tangkeallo & Tangdialla, 2021). Sementara itu, Sa'adah & Mahmud (2019) dan Mulyandi & Puspitasari (2018) juga mempertegas temuan sebelumnya tentang hubungan penggunaan media sosial instagram terhadap minat berwirausaha.

Latar belakang keluarga juga menjadi faktor yang juga penting dalam menentukan minat berwirausaha. Dalam keluarga, terdapat interaksi antara orang tua dengan anak sehingga membentuk perilaku sosial dengan orang lain (Kurniawati et al., 2020). Situasi dan kondisi yang ada dalam keluarga dapat dimaknai sebagai latar belakang keluarga (Hendrisman, 2020). Hasil penelitian Georgescu & Herman (2020) menemukan bahwa minat berwirausaha secara signifikan ditentukan oleh latar belakang keluarganya. Temuan lain juga mempertegas hasil penelitian sebelumnya tentang hubungan antara kedua variabel tersebut (Lingappa et al., 2020; Setiartiti & Sadik, 2020). Sementara itu, hasil yang sama juga ditunjukkan oleh Sugianingrat et al. (2020) yang menemukan bahwa lingkungan keluarga berkontribusi dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Sebaliknya, terdapat temuan yang tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa latar belakang keluarga tidak berkorelasi secara signifikan dengan minat berwirausaha (Kiptiyah et al., 2021).

Berdasarkan telaah literatur sebelumnya hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan latar belakang keluarga masih menimbulkan keraguan yakni adanya korelasi yang signifikan (Aboobaker & D, 2020; T. Ahmed et al., 2020; Georgescu & Herman, 2020; Lingappa et al., 2020; Sugianingrat et al., 2020), namun Kusumojanto et al., (2021) dan Kiptiyah et al. (2021) menemukan sebaliknya. Oleh sebab itu, perlu dilakukan investigasi kembali faktor-faktor tersebut dalam menentukan minat berwirausaha. Selain hal tersebut, berdasarkan hasil studi terdahulu yang telah melakukan penelitian pada mahasiswa sebagai partisipan, sedangkan penelitian ini menggunakan siswa SMK sebagai partisipannya. Peneliti juga ingin memperluas dan melengkapi studi sebelumnya agar dapat berkontribusi dalam peningkatan literatur teoritis ekonomi, khususnya kewirausahaan. Hasil studi ini diharapkan memberikan kontribusi empiris kepada pemerintah agar dapat menekan angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Untuk menguji determinasi dari minat berwirausaha, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Target populasi penelitian ini adalah siswa kelas 11 dan kelas 12 jurusan Teknik Bisnis Sepeda Motor, Teknik Komputer dan Jaringan, Multimedia, Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran, Asisten Keperawatan, dan Farmasi Klinis dan Komunitas di SMKN 9 Kabupaten Tangerang Tahun Ajaran 2021/2022. Adapun jumlah siswa tersebut adalah 881 siswa. Penulis memilih siswa tersebut karena telah mengikuti mata pelajaran kewirausahaan. Ukuran sampel penelitian sebanyak 274 unit (ukuran sampel 269 berdasarkan Krejcie dan Morgan). Kuesioner penelitian ini memanfaatkan google form sebagai media dan mendistribusikannya melalui grup-grup *WhatsApp* siswa.

Sebelum mendistribusikan kuesioner kepada partisipan, peneliti melakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen. Variabel minat berwirausaha (Mardisentosa et al., 2020; Mardisentosa & Khusaini, 2019; Wuryandari et al., 2014; Zulfickar & Sobandi, 2020) terdiri dari 7 pertanyaan yang telah valid. Variabel pendidikan kewirausahaan (Sektianingsih et al., 2020; Tyra & Sarjono, 2020) meliputi 5 pertanyaan yang telah valid, variabel latar belakang keluarga (Fauziati & Suryani, 2020) meliputi 7 pertanyaan yang telah valid, serta variabel penggunaan media sosial (Haryantini, 2021) meliputi 6 pertanyaan yang juga telah valid. Variabel-variabel tersebut diukur dengan skala Likert (1 – 5/Sangat Tidak Setuju – Sangat Setuju). Sedangkan hasil uji reliabilitas instrumen dengan Cronbach-Alpha menunjukkan bahwa variabel minat berwirausaha = $0.837 > 0.60$, pendidikan kewirausahaan = $0.888 > 0.60$, latar belakang keluarga = $0.876 > 0.60$, dan penggunaan media sosial = $0.807 > 0.60$. Hasil ini dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian telah reliabel. Kuesioner yang telah terisi dan kembali kepada peneliti sebanyak 293 unit. Selanjutnya, peneliti memeriksa dan menyortir kuesioner yang kurang lengkap sehingga diperoleh kuesioner yang lengkap sebanyak ukuran sampel yang telah ditetapkan sebelumnya.

Untuk menguji pengaruh pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha siswa menggunakan regresi berganda. Spesifikasi model analisis ditulis sebagai berikut:

$$MB_i = \beta_0 + \beta_1 PK_i + \beta_2 MS_i + \beta_3 LBK_i + \epsilon_i \quad (1)$$

Dimana MB = minat berwirausaha, PK = pendidikan kewirausahaan, MS = media sosial, LBK = latar belakang keluarga, β_0 = konstanta, $\beta_1 - \beta_3$ = koefisien regresi, i = individu 1, 2, ..., 274.

Untuk memastikan bahwa model yang digunakan analisis telah memenuhi model terbaik, maka dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, yakni uji residual normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan statistic $t = 0.048$ dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.200. Ini dapat dinyatakan bahwa data telah berdistribusi normal. Uji multikolinieritas dengan variance inflation factor (VIF) dan *tolerance* menunjukkan bahwa nilai $VIF = 2.139 - 2.660 < 10$ dan nilai *tolerance* = 0.376 – 0.467 > 0.1. Ini dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda telah terbebas dari masalah multikolinieritas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dengan uji Glajser menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel pendidikan kewirausahaan = 0.416 > 0.05, latar belakang keluarga = 0.030 < 0.05, dan penggunaan media sosial = 0.793 > 0.05. Hasil ini dapat dinyatakan bahwa pada variabel latar belakang keluarga telah terjadi heteroskedastisitas.

Karena model regresi linier berganda menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas, maka peneliti memutuskan untuk melakukan transformasi data latar belakang keluarga. Selanjutnya peneliti melakukan pengujian heteroskedastisitas Kembali dengan cara yang sama. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel pendidikan kewirausahaan = 0.905, latar belakang keluarga = 0.580, dan 0.305 sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi linier berganda terbebas dari permasalahan heteroskedastisitas. Selanjutnya, uji model dilakukan dengan cara mengidentifikasi nilai R^2 , adjusted R^2 , F -stat, dan nilai signifikansinya. Sedangkan uji parsial masing-masing variabel, peneliti mengidentifikasi nilai signifikansi masing-masing variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipan penelitian ini adalah siswa SMK Negeri 9 Kabupaten Tangerang sebanyak 274 siswa yang disajikan menurut karakteristik tertentu. Gambaran umum partisipan penelitian disajikan menurut karakteristik kelas, usia, pengamalan berwirausaha, dan tingkat intensi atau minat berwirausaha. Partisipan yang menjadi responden penelitian kelas 11 lebih banyak dibandingkan dengan kelas 12. Usia partisipan didominasi oleh siswa yang berusia ≥ 18 tahun yang mencapai 71%. Untuk lebih jelas, penulis sajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik Partisipan

Karakteristik	Indikator	Jumlah	Persentase
Kelas	11	153	56%
	12	121	44%
Usia	≤ 17 Tahun	80	29%
	≥ 18 Tahun	194	71%
Pengalaman Berwirausaha	Pernah	217	79%
	Tidak Pernah	57	21%
Minat Berwirausaha	Ya	224	82%
	Tidak	48	17%
	Tidak Diketahui	2	1%

Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa partisipan yang memiliki pengalaman berwirausaha lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak memiliki pengalaman berwirausaha, yakni mencapai 79%. Pengalaman berwirausaha yang dimaksud adalah siswa membantu pekerjaan orang tua atau kerabat, memiliki usaha sendiri, dan follower teman. Adapun siswa yang memiliki minat berwirausaha berdasarkan penelitian ini sebanyak 82%. Angka ini menunjukkan bahwa potensi siswa untuk berwirausaha adalah sangat tinggi. Oleh karena itu dibutuhkan pemupukan yang kontinyu oleh guru, agar siswa terus mampu menjaga minat berwirausaha sehingga setelah lulus sekolah dapat memiliki usaha sendiri jika tidak mampu melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi.

Untuk mengontrol data penelitian, penulis menyajikan rangkuman statistic yang mendeskripsikan keadaan data secara umum yang meliputi nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, dan minimum. Nilai rata-rata minat berwirausaha menurut persepsi partisipan sebesar 22.27. Angka ini dapat diartikan bahwa rata-rata skor minat berwirausaha adalah sebesar 74.23% yang termasuk kategori sedang. Nilai rata-rata pendidikan kewirausahaan sebesar 25.62, artinya rata-rata skor persepsi partisipan tentang pendidikan kewirausahaan sebesar 75.35% atau kategori cukup tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Rangkuman Statistik

Variabel	Obs.	Mean	Std. Dev.	Max	Min
Minat Berwirausaha (<i>MB</i>)	274	22.27	4.429	30	8
Pendidikan Kewirausahaan (<i>PK</i>)	274	25.62	5.010	34	7
Latar Belakang Keluarga (<i>LBK</i>)	274	18.62	3.781	25	9
Penggunaan Media Sosial (<i>MS</i>)	274	24.25	5.244	34	13

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel penggunaan media sosial sebesar 24.25. Angka ini dapat diartikan bahwa persepsi partisipan dalam penggunaan media sosial termasuk kategori sedang yaitu sebesar 71%. Sedangkan variabel latar belakang keluarga memperoleh nilai rata-rata sebesar 18.62, artinya persepsi partisipan terhadap latar belakang keluarganya termasuk kategori sedang yaitu sebesar 74%.

Selanjutnya penulis menguji determinasi pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial dalam peningkatan minat berwirausaha siswa. Hasil pengujian asumsi klasik telah memenuhi penggunaan model terbaik, yakni data telah berdistribusi normal, terbebas dari masalah multikolinieritas, dan terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Adapun hasil uji regresi linier berganda dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Regresi Berganda

Variabel, n=274	Koefisien	Std. Error	Sig.
Pendidikan Kewirausahaan (<i>PK</i>)	0.565	0.075	***
Penggunaan Media Sosial (<i>MS</i>)	0.180	0.063	***
Latar Belakang Keluarga (<i>LBK</i>)	0.312	0.048	***
Konstanta	3.516	0.955	***
R^2	0.823		
Adjusted R^2	0.678		
F(stat)	189.615		
Sig.	0.000		

*) Sig = 10%; **) Sig = 5%; ***) Sig = 1%

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel pendidikan kewirausahaan sebesar positif 0.565 dan nilai sig. = 0.000 < 0.01. Hasil ini menjelaskan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan minat berwirausaha siswa SMK Negeri 9 Kabupaten Tangerang dan tingkat signifikansi 1%. Dengan kata lain semakin baik pendidikan kewirausahaan siswa maka minat berwirausaha semakin meningkat, asumsi *ceteris paribus*. Nilai koefisien variabel penggunaan media sosial adalah sebesar positif 0.180 dan nilai sig. = 0.004 < 0.01. Ini dapat diartikan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa dengan tingkat signifikansi sebesar 1%. Dengan kata lain semakin baik siswa dalam memanfaatkan penggunaan media sosial (khusus terkait kewirausahaan), maka minat berwirausaha siswa semakin meningkat, asumsi *ceteris paribus*. Sedangkan nilai koefisien variabel latar belakang keluarga adalah sebesar positif 0.312 dan nilai sig. = 0.000 < 0.01, artinya bahwa latar belakang keluarga berdampak secara positif dan signifikan terhadap peningkatan minat berwirausaha siswa SMK Negeri 9 Kabupaten Tangerang dengan tingkat signifikansi 1%. Dengan kata lain semakin baik latar belakang keluarga, minat berwirausaha siswa semakin tinggi dengan asumsi *ceteris paribus*.

Sementara itu, hasil pengujian juga menunjukkan bahwa nilai *adjusted R*² = 0.678, *F-stat* = 189.615, dan nilai sig. = 0.000 (lihat Tabel 4). Ini dapat diartikan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan, penggunaan

media sosial, dan latar belakang keluarga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 9 Kabupaten Tangerang. Kemampuan ketiga variabel tersebut dalam menjelaskan minat berwirausaha adalah sebesar 67.8%, sedangkan sisanya sebesar 32.2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pendidikan kewirausahaan mencerminkan seberapa besar pengetahuan, pemahaman, keterampilan sikap, pola pikir, dan kemampuan mengelola resiko siswa tentang berwirausaha. Hasil penelitian ini telah mampu membuktikan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan dalam meningkatkan minat berwirausaha siswa. Hal ini juga dapat dinyatakan bahwa semakin baik pendidikan kewirausahaan, berarti semakin besar minat berwirausaha siswa. Sebaliknya, semakin kecil pengetahuan berwirausaha maka semakin kecil minat berwirausaha siswa. Temuan penelitian di SMK Negeri 9 Kabupaten Tangerang menunjukkan bahwa siswa memiliki pengetahuan kewirausahaan dan kemampuan mengelola resiko yang baik dibandingkan dengan keterampilan dan teknik berwirausaha, sikap dan perilaku, serta pola pikir tentang berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan dan kemampuan mengelola resiko merupakan modal dasar bagi siswa untuk menjadi seorang wirausahawan yang handal di masa yang akan datang. Seorang wirausahawan yang handal juga membutuhkan sikap yang baik, yakni siswa mampu menentukan tindakan yang terbaik dan mengatasi segala tantangan yang terjadi dimasa yang akan datang (Nuhlasita & Wulandari, 2022). Dengan pengetahuan yang tinggi, siswa dapat terus menambah pengetahuan melalui berbagai media pembelajaran baik guru, media elektronik, media cetak, praktisi, para wirausahawan yang berhasil dan sebagainya. Demikian juga kemampuan mengelola resiko yang dimilikinya dapat membentuk siswa dalam bertindak yang penuh dengan perhitungan dan kalkulasi yang matang. Siswa akan mampu menyelesaikan semua permasalahan yang terjadi dimasa yang akan datang secara kreatif dan inovatif.

Temuan penelitian ini mengkonfirmasi temuan penelitian sebelumnya oleh Aboobaker & D, (2020) yang menyimpulkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendidikan kewirausahaan yang konsisten terbukti efektif dalam menumbuhkan minat berwirausaha siswa. Temuan ini juga didukung oleh hasil penelitian (Shah et al., 2020; Boubker et al., 2021; Ahmed et al., 2020) yang juga menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan menjadi determinan yang signifikan dalam mendorong tumbuhnya minat berwirausaha. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berkorelasi signifikan dengan minat berwirausaha (Kusumojanto et al., 2021).

Sementara itu, teknologi informasi telah berkembang pesat saat ini sehingga berdampak pada sikap dan perilaku penggunanya. Apabila pengguna media sosial memanfaatkannya untuk hal-hal negatif, maka akan muncul fitnah, perundungan, persekusi, penyebaran berita hoax, dan sebagainya. Sebaliknya, jika siswa mampu memanfaatkan media sosial dalam hal yang positif, maka dapat menambah informasi dan pengetahuan materi pelajaran, khususnya kewirausahaan. Mengingat, perkembangan teknologi informasi khususnya media sosial telah membantu perkembangan usaha, memberikan informasi yang lengkap dan akurat, cepat, serta tepat dalam melakukan interaksi antar penggunanya (Kusumadewi, 2020). Hal tersebut bisa dijadikan kesempatan atau peluang oleh generasi muda untuk memulai berwirausaha. Siswa yang mampu memanfaatkan media sosial yang baik digambarkan dengan kemampuan siswa dalam hal partisipasi, keterbukaan (*open minded*), melakukan percakapan, komunikasi, dan keterampilan menggunakan dengan baik. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa siswa SMK Negeri 9 Kabupaten Tangerang terbukti menggunakan media sosial yang baik, sehingga dapat menumbuhkan minat berwirausaha siswa. Dengan kata lain, media sosial menjadi determinan yang signifikan dalam mendorong tumbuhnya minat berwirausaha siswa.

Temuan penelitian ini bersesuaian dengan studi Ahmed et al., (2019) yang menemukan bahwa minat berwirausaha secara signifikan dipengaruhi oleh media sosial. Selain itu hasil penelitian (Kumara, 2020; Tangkeallo & Tangdialla, 2021; Sa'adah & Mahmud, 2019; Mulyandi & Puspitasari, 2018) yang juga terkonfirmasi dengan temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang baik berkorelasi positif signifikan dengan tumbuhnya minat berwirausaha. Hasil ini tentu semakin memperkuat hubungan positif antara penggunaan media sosial dengan minat berwirausaha siswa.

Penelitian ini juga melakukan pengujian terhadap variabel latar belakang keluarga sebagai determinan minat berwirausaha siswa. Latar belakang keluarga siswa dideskripsikan dengan fungsi keluarga, sikap dan perilaku orang tua terhadap anak, serta status ekonomi. Kondisi latar belakang keluarga siswa SMK Negeri 9

Kabupaten Tangerang menunjukkan kondisi yang cukup baik karena orang tua telah mampu menjalankan fungsinya dengan baik serta sikap dan perilakunya dalam mendukung belajar anaknya, meskipun secara ekonomi termasuk kategori menengah ke bawah. Namun demikian, peneliti mampu membuktikan bahwa minat berwirausaha secara signifikan ditentukan oleh kondisi keluarganya. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi dan bersesuaian dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa latar belakang keluarga merupakan elemen penting untuk membangun informasi dan keterampilan perilaku yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausaha, dengan keterampilan yang dimiliki maka tingkat kepercayaan diri untuk menjadi seorang wirausahawan juga akan meningkat (Gunarso & Selamat, 2020).

Hasil ini juga bersesuaian dengan temuan yang menunjukkan bahwa siswa dengan latar belakang keluarga wirausaha memiliki minat berwirausaha lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak memiliki latar belakang keluarga wirausaha (Georgescu & Herman, 2020). Selain itu, penelitian sebelumnya yang mendukung hasil ini adalah (Setiartiti & Sadik, 2020; Lingappa et al., 2020; Sugianingrat et al., 2020) yang juga menyimpulkan bahwa latar belakang keluarga menjadi penentu signifikan terhadap minat berwirausaha. Namun tidak semua hasil pengujian bersesuaian dengan penelitian sebelumnya, misalnya terdapat temuan yang menunjukkan bahwa minat berwirausaha dijelaskan secara signifikan oleh kondisi latar belakang keluarganya (Kiptiyah et al., 2021). Dengan kata lain, kondisi keluarga yang baik dan memberikan dukungan terhadap anaknya, tetapi tidak mampu mendorong tumbuhnya minat berwirausaha.

SIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dampak pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan latar belakang keluarga terhadap minat berwirausaha siswa di SMK Negeri 9 Kabupaten Tangerang. Hasil pengujian dengan regresi linier berganda menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan latar belakang keluarga secara parsial pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan minat berwirausaha siswa. Dengan kata lain, pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan latar belakang keluarga menjadi determinan penting dalam mendorong peningkatan minat berwirausaha siswa sekolah kejuruan. Variabel yang paling dominan/kuat dalam menentukan minat berwirausaha siswa sekolah kejuruan adalah pendidikan kewirausahaan. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan menjadi instrumen yang sangat penting dan diberikan kepada semua siswa melalui pembelajaran di dalam kelas maupun di luar kelas, karena terbukti menumbuhkan minat berwirausaha. Namun juga tidak mengabaikan peningkatan pemanfaatan media sosial oleh siswa untuk hal-hal positif dan berkaitan dengan kewirausahaan, serta penciptaan kondisi lingkungan keluarga yang baik dalam mendorong tumbuhnya minat berwirausaha anaknya.

Temuan ini diharapkan dapat berkontribusi dalam peningkatan atau penambahan literatur ekonomi, khususnya bidang ekonomi dan kewirausahaan. Disamping itu, hasil penelitian ini berimplikasi bahwa siswa hendaknya terus aktif meningkatkan pendidikan kewirausahaan di sekolahnya dengan dukungan pihak sekolah, karena mampu terbukti menumbuhkan minat berwirausaha. Dengan minat berwirausaha yang tinggi diharapkan siswa setelah lulus mampu menciptakan lapangan pekerjaan baik bagi dirinya maupun keluarganya, apabila tidak melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Selain itu, berkembangnya media sosial yang semakin cepat dapat dimanfaatkan oleh siswa untuk belajar meningkatkan kemampuannya dalam merancang desain pemasaran untuk menjual produk yang nanti akan dihasilkannya. Merujuk dengan keterbatasan penelitian bahwa penelitian yang akan datang hendaknya dapat memperluas populasi penelitian dengan melibatkan partisipasi siswa SMA dan SMK guna melengkapi dan meningkatkan kualitas penelitian. Selain itu, penambahan variabel juga masih dibutuhkan diantaranya variabel personal dan lingkungan masyarakat dalam menentukan minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboobaker, N., & D, R. (2020). Human capital and entrepreneurial intentions: do entrepreneurship education and training provided by universities add value? *On the Horizon*, 28(2), 73–83. <https://doi.org/10.1108/OTH-11-2019-0077>
- Adha, E., & Permatasari, C. L. (2021). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Kesiapan Berwirausaha Siswa. *Journal of Economic Education*, 15, 60–71. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.21158>

- Ahmed, E. R., Rahim, N. F. A., Alabdullah, T. T. Y., & Thottoli, M. M. (2019). An Examination of Social Media Role in Entrepreneurial Intention among Accounting Students: A SEM Study. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 15(12), 577–589. <https://doi.org/10.17265/1548-6583/2019.12.003>
- Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F., & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *International Journal of Management Education*, 18(1), 100327. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100327>
- Aqmala, D., Putra, F. I. F. S., & Suseno, A. (2020). Faktor-faktor yang Membentuk Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Dian Nuswantoro. *Dayasaing: Jurnal Manajemen Sumber Daya*, 22(1), 60–70. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i1.10858>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Indonesia 2022* (Direktorat Diseminasi Statistik (ed.)). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Boubker, O., Arroud, M., & Ouajdouni, A. (2021). Entrepreneurship education versus management students' entrepreneurial intentions. A PLS-SEM approach. *International Journal of Management Education*, 19(1), 100450. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100450>
- Cania, N., & Heryani, R. D. (2020). Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik Di Smk Plus Pelita Nusantara. *Research and Development Journal of Education*, 1(1), 91. <https://doi.org/10.30998/rdje.v1i1.7562>
- Fauziati, P., & Suryani, K. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Niat Mahasiswa Untuk Berwirausaha. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 18(1), 76. <https://doi.org/10.31571/edukasi.v18i1.1682>
- Georgescu, M. A., & Herman, E. (2020). The impact of the family background on students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/su12114775>
- Gunarso, M. T., & Selamat, F. (2020). *The Influence of Entrepreneurial Education, and Family Background on Entrepreneurship Intention with Self-efficacy as a Mediating Variable in Final Year Undergraduate Students in Jakarta*. 478(Ticash), 624–628. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.097>
- Haryantini, H. (2021). Pengaruh Minat Pendidikan Berwirausaha Menggunakan Sosial Media Terhadap Pembisnis Dikalangan Mahasiswa Universitas Pamulang. *Thawalib/Jurnal Kependidikan Islam*, 2(2), 121–139. <https://doi.org/10.54150/thawalib.v2i2.26>
- Hendrisman. (2020). Latar Belakang Keluarga Terhadap Hasil Belajar Bahasa Indonesia. *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra Dan Pengajaran)*, 3(2), 105–112. <https://doi.org/10.31539/kibasp.v3i2.1099>
- Isma, T. W. (2021). Studi Literature: Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 59–67. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.168>
- Kiptiyah, M., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2021). Analisis Pengaruh Latar Belakang Keluarga, Pendidikan Praktek Kewirausahaan Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada SMKS Taman Siswa Desa Mlaka Jrengik-Sampang). *JAGABI*, 10(2), 386–394.
- Kumara, B. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(4), 806–820. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3533>
- Kurniawati, A., Rakib, M., Syam, A., Marhawati, & Ahmad, M. ihsan said. (2020). Latar Belakang Keluarga dan Pembelajaran Kewirausahaan Pengaruhnya Terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 3((2)), 1–8. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v3i2.14294>
- Kusumadewi, A. N. (2020). Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 87–94. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.141>
- Kusumojanto, D. D., Wibowo, A., Kustiandi, J., & Narmaditya, B. S. (2021). Do entrepreneurship education and environment promote students' entrepreneurial intention? the role of entrepreneurial attitude. *Cogent Education*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1948660>
- Lingappa, A. K., Shah, A., & Mathew, A. O. (2020). Academic, Family, and Peer Influence on Entrepreneurial Intention of Engineering Students. *SAGE Open*, 10(3). <https://doi.org/10.1177/2158244020933877>
- Mardisentososa, B., Khusaini, & Asmoro, G. W. (2020). *Personality , Gender , Culture , and Entrepreneurial Intentions of Undergraduate Student : Binary Logistic Regression*. 8(2), 127–142. <https://doi.org/10.21009/JPEB.008.2.5>
- Mardisentososa, B., & Khusaini, K. (2019). Gender Differences in Students' Entrepreneurial Interest in Higher Education at Tangerang. *Binus Business Review*, 10(2), 95–103. <https://doi.org/10.21512/bbr.v10i2.5545>
- Margahana, H., & Triyanto, E. (2019). Membangun Tradisi Entrepreneurship Pada Masyarakat. *Edunomika*,

- 03(02), 300–309. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.497>
- Melati, I. S., Farliana, N., & Raeni, R. (2019). Eksperimen Meningkatkan Identitas Kewirausahaan Mahasiswa Dengan Metode Black Box Thinking. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 7(1), 5. <https://doi.org/10.26740/jepk.v7n1.p5-18>
- Mulyandi, M. R., & Puspitasari, V. A. (2018). Industri Kreatif, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan. *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1192>
- Ningtiyas, D. S., Indriayu, M., & Nugroho, J. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Locus of Control Internal terhadap Sikap Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 12(1), 23–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/011165060>
- Nuhlasita, W. A. M., & Wulandari, R. N. A. (2022). Pengaruh Sikap, Efikasi Diri, dan Karakteristik Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 12(1), 51. <https://doi.org/10.24036/011166370>
- Olanrewaju, A. S. T., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*, 50(May 2019), 90–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.011>
- Perkasa, D. H., Triansah, F., & Iskandar, D. A. (2020). The Role of Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Motivation in Influencing Students' Entrepreneurship Interest. *LITERATUS Literature for Social Impact and Cultural Studies*, 2(2), 106–114. <https://doi.org/10.37010/lit.v2i2.61>
- Rusmana, D. (2020). Pengaruh Keterampilan Digital Abad 21 Pada Pendidikan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan Peserta Didik Smk. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.26740/jepk.v8n1.p17-32>
- Sa'adah, L., & Mahmud, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 18–32. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i1.29758>
- Saepuloh, D., Nuning Mulatsih, S., & . S. (2019). The Influence of Economic Growth, BI Rate, and Inflation and the Impact on Direct Foreign Investment in Indonesia in 2010-2017. *KnE Social Sciences*, 3(13), 1172. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4275>
- Sari, A. I. C., Karlina, E., & Rasam, F. (2021). Peran pendidikan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha dalam menumbuhkan sikap mental kewirausahaan peserta didik. *Research and Development Journal Of Education*, 7(2), 403–412. <https://doi.org/10.30998/rdje.v7i2.10287>
- Sektiyaningsih, I. S., Hardianawati, & Aisyah, S. (2020). Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Inovasi, dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa IBM Asmi Jakarta. *JMBA - Jurnal Manajemen Dan ...*, 6(2), 67–77. <https://journal.ibmasmi.ac.id/index.php/JMBA/article/view/415>
- Setiartiti, L., & Sadik, N. A. R. (2020). Determinant Analysis of Entrepreneurial Intention Among Millennial in Yogyakarta, Indonesia. *International Journal of Small and Medium Enterprises*, 3(2), 17–34. <https://doi.org/10.46281/ijsmes.v3i2.895>
- Shah, I. A., Amjed, S., & Jaboob, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s40008-020-00195-4>
- Sugianingrat, I. A. P. W., Wilyadewi, I. I. D. A. Y., & Sarmawa, I. W. G. (2020). Determination of Entrepreneurship Education, Family Environment, and Self-Efficacy on Entrepreneurship Interest. *Jurnal Economia*, 16(1), 33–43. <https://doi.org/10.21831/economia.v16i1.30374>
- Tahir, J. P., & Rambulangi, A. C. (2020). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Melalui Pelatihan Kewirausahaan Bagi Siswa SMK. *Community Development Journal*, 1(2), 125–129. <https://doi.org/10.31004/cdj.v1i2.741>
- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 74. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15964>
- Tyra, M. J., & Sarjono, A. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 18(1), 46–67. <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/jkb/article/view/44>
- Widnyana, I. W., Widyawati, S. R., & Warmana, G. O. (2019). Pengaruh Pemberian Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Pelatihan Wirausaha Terhadap Minat Wirausaha Ekonomi Kreatif Pada Mahasiswa Unmas Denpasar. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 171–177. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v1i1.1895>
- Wuryandari, T., Hoyyi, A., Kusumawardani, D. S., & Rahmawati, D. (2014). Identifikasi Autokorelasi Spasial Pada Jumlahpengangguran Di Jawa Tengah Menggunakan Indeks Moran. *Media Statistika*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/medstat.7.1.1-10>
- Zulfickar, R., & Sobandi, A. (2020). Studi Tentang Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat

Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bangka Belitung. *JARTIKA: Jurnal Riset Teknologi Dan Inovasi Pendidikan*, 3(1), 127–139. <https://doi.org/10.36765/jartika.v3i1.51>