



JBK

Jurnal Bisnis & Kewirausahaan
Volume 19 Issue 03, Year 2023

ISSN (*print*) : 0216-9843

ISSN (*online*) : 2580-5614

Homepage : <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>

Pengaruh *Background factor* Terhadap Pembentukan Niat Berwirausaha: Theory Planned Behavior

Fernando Saragih ¹

¹ Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Nusa Cendana, Indonesia

¹ fernando.saragih@staf.undana.ac.id

Abstract. Economic growth is an achievement that must be considered in various regions, where one of the inhibiting factors is the unemployment rate. The high level of unemployment is a problem faced by various regions, including in NTT, precisely in the City of Kupang. The magnitude of the problem and the impact of unemployment is one of the urgency of research, where increasing entrepreneurial intentions is the right solution. This solution is based on Theory of Planned Behavior. This theory is based on Background factors which focus on 3 factors. These three factors are studied using a quantitative approach to the survey method. The data obtained by using a questionnaire (valid and reliable). The sample consisted of 82 respondents. Then the data (fulfilling the classical assumptions) were analyzed using SPSS with multiple linear regression analysis. Based on this analysis, the results show that income expectations and personality have a positive and significant effect, while social media has a negative and significant effect. Based on these results, researchers emphasize the importance of income expectations in encouraging entrepreneurial intentions. In addition, this study emphasizes personality as the dominant factor. Finally, the researcher emphasizes evaluating the use of social media (have fun).

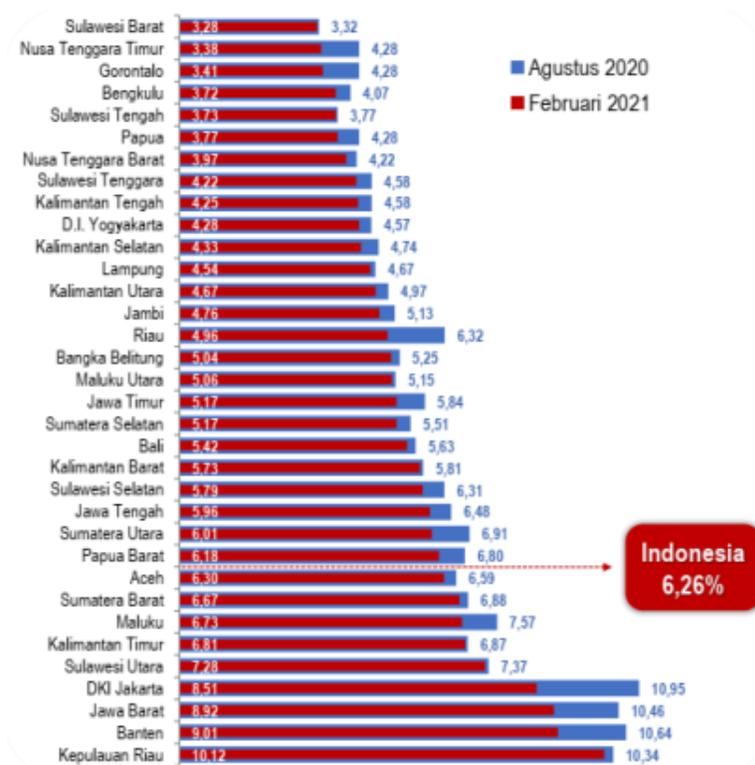
Keywords: *Social Media, Income Expectations, Personality, Entrepreneurial Intentions, Theory of Planned Behavior.*

Abstrak. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu capaian yang harus diperhatikan di berbagai daerah, dimana salah satu faktor penghambatnya yakni tingkat pengangguran. Tingginya tingkat pengangguran merupakan masalah yang dihadapi berbagai daerah tidak terkecuali di NTT tepatnya di Kota Kupang. Besarnya masalah dan dampak pengangguran menjadi salah satu urgensi dari penelitian, dimana peningkatan niat berwirausahaan menjadi solusi yang tepat. solusi ini didasarkan oleh *theory of planned behavior*. Teori ini didasarkan pada *background factor* yang berfokus pada 3 faktor. Ketiga faktor tersebut dikaji dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Adapun data diperoleh dengan menggunakan angket (valid dan reliabel). Adapun sampel terdiri dari 82 responden. Kemudian data (telah memenuhi asumsi klasik) dianalisis menggunakan SPSS dengan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan analisis tersebut diperoleh hasil bahwa ekspektasi pendapatan dan kepribadian berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan media sosial berpengaruh negative dan sig. Berdasarkan hasil tersebut peneliti menekankan pentingnya ekspektasi pendapatan dalam mendorong niat berwirausaha. Selain itu, penelitian ini menekankan kepribadian sebagai faktor dominan. Terakhir peneliti juga menekankan evaluasi terhadap penggunaan media sosial (untuk bersenang-senang)

Kata Kunci: Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan, Kepribadian, Niat Berwirausaha Dan *Theory of Planned Behavior.*

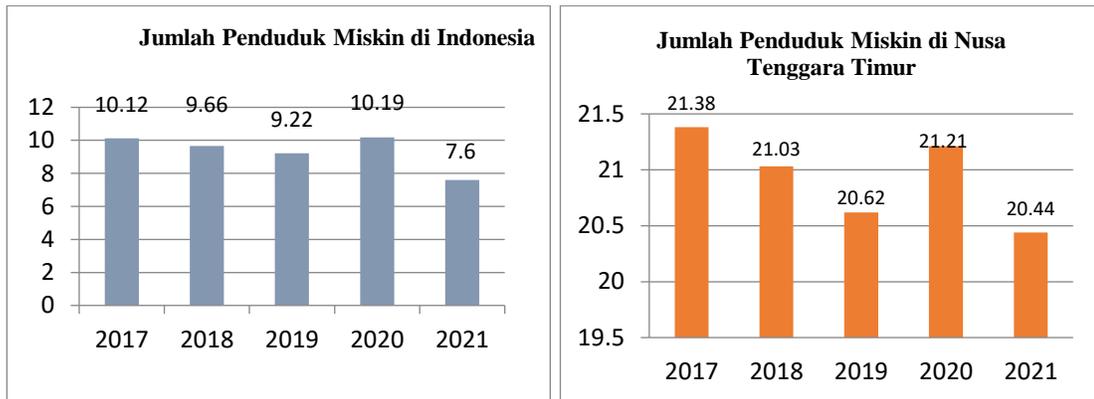
PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan hal yang mutlak dalam perekonomian suatu negara, dimana kewirausahaan dapat merangsang pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan transaksi serta perputaran uang (Putra & Jember, 2019). Besarnya peranan serta kontribusi kewirausahaan pada nyatanya belum dirasakan banyak orang, hal ini dikarenakan jumlah wirausaha yang masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan jumlah wirausaha yang masih rendah di berbagai provinsi di Indonesia seperti yang dipaparkan pada grafik berikut ini:



Gambar 1. Jumlah Wirausaha

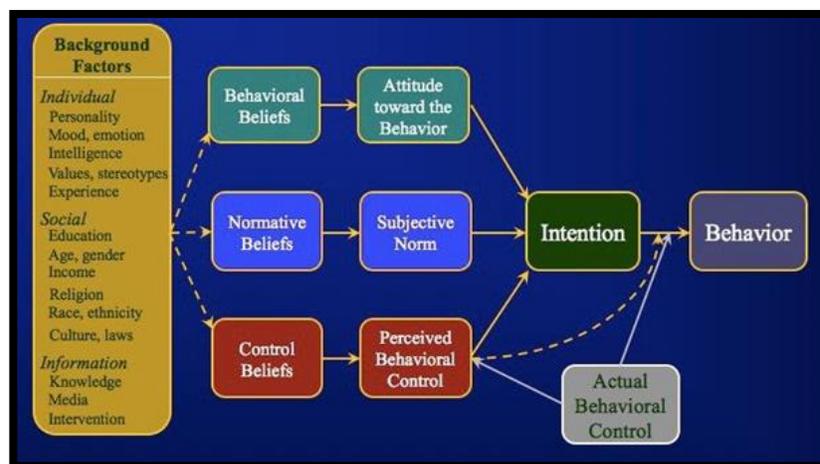
Gambar 1. diperkuat dengan berbagai data baik dari BPS maupun survei awal, yang mana menurut laporan BPS jumlah usaha kecil dan mikro di NTT memiliki jumlah yang sedikit yakni pada tahun 2018 sebanyak 162.234, pada 2019 sebanyak 140.163, pada tahun 2020 sebanyak 135.734 dan pada tahun 2021 sebanyak 156.305. Hal ini juga didukung oleh hasil survei awal yang dilakukan secara online, dimana survei ini menunjukkan bahwa dari 60 mahasiswa sebanyak 42 mahasiswa tidak mempunyai gambaran mengenai wirausaha, sedangkan sisanya sebanyak 10 orang tidak memiliki gambaran usaha dan terakhir 8 orang menjelaskan tidak tertarik dalam pengembangan wirausaha. Rendahnya kewirausahaan ini akan menyebabkan munculnya berbagai masalah, salah satunya yakni kemiskinan (Muliansyah et al., 2021). Kemiskinan merupakan salah satu masalah yang krusial yang mempengaruhi secara aspek di masyarakat, dimana tingkat kemiskinan yang tak terkendali dapat menghambat pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Hal ini dibuktikan dengan data angka kemiskinan baik secara nasional maupun pada provinsi. Pada tingkat nasional, kondisi ekonomi yang cenderung mengalami fluktuasi. Hal ini terlihat pada gambar 2, dimana pada 4 tahun terakhir terjadi perubahan pada angka kemiskinan cenderung kecil dan fluktuatif.



Gambar2. Jumlah penduduk miskin di Indonesia dan di NTT

Hal yang sama juga terjadi pada tingkat provinsi, dimana masih terjadi perubahan yang fluktuatif, salah satunya pada provinsi NTT. Pada provinsi ini, tingkat kemiskinan juga masih cukup tinggi yakni berada pada kisaran 20 %.

Berdasarkan paparan tersebut, salah satu solusi yang cocok untuk merangsang niat berwirausaha khususnya kalangan muda adalah dengan melakukan pendekatan dan pemahaman kondisi dan situasi yang dirasakan pada kaum muda. Salah satunya dengan memahami faktor pendorong pembentukan niat berwirausaha. Pada penelitian ini, peneliti melihat bahwa *theory of planned behavior* (TBP) merupakan salah satu teori yang erat dengan pembentukan niat, dimana teori ini dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang oleh Ajzen dan Fishbein (Hendrawan & Sirine, 2017). Adapun gambaran teori ini dijelaskan pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Theory of Planned Behavior (TBP)

Menurut *theory of planned behavior*, intensi dibentuk 3 background factor dimana faktor tersebut akan membentuk 3 unsur utama yakni *behavioral*, *normative* dan *control*. Selanjutnya faktor tersebut akan membentuk tiga komponen (meliputi *attitude*, *subjective* dan *perceived*) yang

akan berfokus pada membentuk intention (niat), yang mana jika proses tersebut berlangsung berulang-ulang akan menjadi behavior (perilaku) (Ajzen, 2005). Berdasarkan teori tersebut, penelitian berfokus pada *background factor* yang mana pada faktor *individual* berfokus pada kepribadian (X_2), faktor *social* berfokus pada ekspektasi pendapatan (X_1) dan faktor *information* yang berfokus pada *media social* (X_3).

Berdasarkan teori di atas, ekspektasi pendapatan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha, hal ini merupakan salah satu faktor yang paling besar pengaruhnya dan dapat diukur dengan baik. Ekspektasi seseorang atas pendapatan seorang wirausaha akan mendorong seseorang lebih tertarik dan lebih bersemangat dalam memulai suatu usaha. Hal ini sejalan dengan pendapat Haliza, (2022) yang menekankan bahwa ekspektasi pendapatan merupakan faktor penting yang mendorong seseorang (semakin keras kita bekerja dan berkeinginan) untuk mencapai tujuan yang diharapkan (salah satunya pendapatan). Hal yang sama jelas terlihat pada mahasiswa, dimana mahasiswa yang memiliki uang saku yang rendah akan cenderung mendorong diri untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi melalui memulai bisnis dan hal ini menjadi dasar yang baik untuk menjadi pengusaha di kemudian hari (Cavalcante et al., 2021)

Selain ekspektasi pendapatan, kepribadian juga merupakan faktor yang vital dalam pengembangan niat berwirausaha. Kepribadian dan berbagai faktor yang terkait merupakan hal yang penting bagi wirausahawan, khusus untuk mencapai tujuan yang diinginkan dari peluang wirausaha. Hal ini dapat terjadi karena kepribadian dapat menginspirasi wirausaha untuk memahami bagaimana cara mengatasi dan menyelesaikan berbagai aktivitas dalam situasi yang tidak pasti (Khan & Khan, 2022). Selain itu, hal ini juga diperkuat oleh Boldureanu et al., (2020), dimana menjelaskan bahwa kepribadian akan membantu seseorang dalam memahami dan mengerti bakat dalam diri seseorang, khususnya pengembangan suatu usaha. Selain itu, kepribadian juga membantu seseorang lebih waspada dalam melihat berbagai konsekuensi dari pengembangan usaha (dapat membantu seseorang melihat sesuatu lebih cermat dari berbagai faktor) sehingga dapat mengambil keputusan yang paling baik (Hu et al., 2018; Wach & Bilan, 2021).

Terakhir, penelitian ini berfokus pada media, dimana bagi para wirausaha, media merupakan salah satu platform yang mempunyai kekuatan, manfaat, serta memiliki biaya rendah (Alayis et al., 2018). Sejalan dengan pernyataan tersebut, media juga bisa dipakai untuk *branding* produk, analisis pasar, mengelola serta mengembangkan wirausaha (Bolat et al., 2016), sehingga hal ini dapat memperbaiki keseluruhan lingkungan wirausaha (Broekemier et al., 2015). Berdasarkan penjelasan tersebut, tidak salah jika media sosial dianggap sebagai faktor vital yang memainkan peran utama dalam mempromosikan kewirausahaan dimana semakin banyak produk yang dikenal oleh konsumen, maka semakin baik pula pendapatan yang diperoleh produsen (Samuel & Sarprasatha, 2015). Pada akhirnya, hal ini (pendapatan) akan merangsang seseorang untuk tertarik berwirausaha. Hal yang sama juga dikatakan oleh Jumadi & Mustofa, (2022) dimana pendapatan yang tinggi merupakan salah satu alasan atau dorongan seseorang untuk tertarik/berniat menerapkan media social sebagai salah satu solusi memacu niat berwirausaha.

Berdasarkan paparan di atas, penelitian ini berfokus pada responden yang berada di daerah yang masih minim jumlah wirausaha serta cenderung kesulitan dalam berwirausaha, sehingga melalui penelitian ini, peneliti dapat memahami bagaimana kondisi serta faktornya yang ada di lingkungannya serta solusinya. Berdasarkan masalah serta keseluruhan latar belakang, penelitian ini memiliki beberapa penelitian pendukung. Salah satunya yakni Haliza, (2022) dimana dalam penelitiannya, menjelaskan bahwa ekspektasi pendapatan dapat mendorong niat (0.261) berwirausaha seseorang secara konsisten (0.00). Hal yang sama juga dijelaskan oleh Purwati et al., (2022) dimana dalam penelitiannya diperoleh hasil yang positif (0,405) dan signifikan (0,000) (dalam hal pembentukan niat berwirausaha), bahkan ia juga menekankan bahwa setiap faktor akan memberikan efek yang berbeda-beda (sesuai dengan kekuatan faktor tersebut). Hal yang

sama juga terlihat pada variabel media sosial, dimana menurut Dhitara & Ardiansyah, (2022) dimana ia menekankan bahwa *use of sosmed* dapat mendorong niat berwirausaha seseorang (p -value 0.001 dan jalur koefisien 0.105), bahkan menekankan bahwa media sosial memberikan dampak yang luar biasa khususnya pada komunikasi dan interaksi sosial. Hal sama juga dijelaskan oleh Listiawati & Indrawati, (2020) dimana menjelaskan bahwa Pemanfaatan media sosial memiliki kontribusi dapat mendorong perkembangan niat berwirausaha ($t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,033 > 1,9855)), penekanannya juga pada pemanfaatan media sosial yang dapat memacu niat berwirausaha melalui berbagai informasi, pelatihan serta seminar. Terakhir faktor kepribadian juga menekankan hal yang sama yakni pengaruh positif dan signifikan, namun setiap poin kepribadian memiliki pengaruh yang berbeda-beda (*the big five personality*) (Fadhila & Nasution, 2022; Maulana & Prihastuty, 2020).

METODE PENELITIAN

Pada prosesnya penelitian ini menggunakan jenis penelitian *expo facto* dengan pendekatan kuantitatif. Hal ini dipilih karena jenis penelitian ini mampu menjelaskan bagaimana pengaruh variabel bebas secara parsial maupun simultan. Adapun populasi penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa pendidikan ekonomi dimana teknik penentuannya sampel menggunakan teknik non probability sampling (*accidental sampling*) yang diterapkan dengan bantuan *Google form* sehingga diperoleh responden sebanyak 82 orang. Adapun ringkasan kuesioner ini dapat dijelaskan melalui tabel 1. yang menjelaskan variabel operasional.

Tabel 1. Indikator Variabel

No	D. Variabel	I.variabel	J.kuesioner
1	Ekspektasi Pendapatan (x_1)	1. H.Pendapatan tinggi (dibandingkan karyawan) 2. E.Pendapatan di atas rata-rata (dibandingkan usaha lain) 3. Keuntungan lebih besar 4. Pendapatan potensial (Supeni & Efendi, 2017)	15
2	Personality (x_2)	1. <i>Openness (Experience)</i> 2. <i>Conscientiousness (Decision)</i> 3. <i>Extraversion (interaction)</i> 4. <i>Agreeableness (Peace Love)</i> 5. <i>Neuroticism</i> (Abdulkareem et al., 2023)	16
3	Media Sosial (x_3)	1. <i>Communities (Online)</i> 2. <i>Interaction</i> 3. <i>Sharing (Content and media)</i> 4. <i>Accessibility</i> 5. <i>Credibility</i> (Mulyansyah & Sulistyowati, 2020)	17
4	Intensi Berwirausaha (Y)	1. Penyesuaian pada tugas dan hasil 2. Risk 3. <i>Self-confidence</i> 4. Kepemimpinan 5. original 6. Adaptasi masa depan (Indriyani & Subowo, 2019)	18

Adapun setiap pernyataan telah dinyatakan valid dan reliabel (telah melewati uji instrumen penelitian). Dimana melalui kuesioner yang telah diuji tersebut maka diperoleh data yang memenuhi syarat analisis (asumsi klasik pada tabel 2, tabel 3,dan tabel 4)

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	9,06299096
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,090
	Negative	-,077
Test Statistic		,090
Asymp. Sig. (2-tailed)		,155 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 3. Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a	
Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,963	1,039
,954	1,049
,986	1,014

a. Dependent Variable: Y

Tabel 4. Uji Linearitas

Ket.	Interaksi variabel	Sig (Hasil)	Sig
Deviation from Linearity	X ₁ *Y	,087	,05
	X ₂ *Y	,966	,05
	X ₃ *Y	,530	,05

Selanjutnya data tersebut dapat dianalisis dengan bantuan aplikasi SPSS dengan jenis analisis regresi linier berganda dan diuji dengan uji f, t dan koefisien determinan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian teori serta data penelitian yang telah diproses, maka diperoleh hasil analisis yang menjelaskan adanya keterkaitan antar variabel bebas dengan variabel terikat sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a		t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients			
		B	Std. Error		
1	(Constant)	9,741	12,233	,796	,428
	X1	,549	,100	,495	,000
	X2	,712	,152	,426	,000
	X3	-,240	,080	-,270	,003

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan perhitungan sebelumnya diperoleh bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 9.741 + 0.549 x_1 + 0.712 x_2 - 0.24 x_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang jelas dimana, x₁ dan x₂ memiliki pengaruh yang positif (0.594 dan 0.712) dan signifikan (nilai sig < 0.005) sedangkan x₃ berpengaruh negatif dan signifikan.

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	,796	,428
X1	5,482	,000
X2	4,690	,000
X3	-3,021	,003

a. Dependent Variable: Y

Selanjutnya uji parsial (uji t), uji ini berfokus pada kontribusi variabel secara terpisah, dimana setiap variabel dalam penelitian ini memiliki kontribusi yang berbeda-beda. seluruh variabel dinyatakan signifikan (nilai sig pada X_1 , X_2 dan $X_3 < 0.05$) namun pada nilai t hitung memiliki nilai yang cenderung berbeda dimana X_1 sebesar 5,482, X_2 sebesar 4,690, dan X_3 sebesar -3,021. ketiga variabel tersebut menunjukkan nilai pengaruh yang berbeda-beda, dimana X_1 dan X_2 menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan (nilai sig pada X_1 , $X_2 < 0.05$) sedangkan X_3 yang bernilai menunjukkan pengaruh yang negatif (-3,021) dan signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 dan X_2 dapat memacu perkembangan intensi berwirausaha sedangkan variabel ketiga dapat menghambat perkembangan intensi berwirausaha.

Tabel 7. Hasil Uji f

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4211,716	3	1403,905	16,459	,000 ^b
Residual	6653,162	78	85,297		
Total	10864,878	81			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Selanjutnya uji f (uji simultan), uji ini bertujuan untuk menjelaskan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara menyeluruh. Hal ini ditunjukkan pada tabel 2.1 dimana nilai f adalah 16,459 dan nilai sig 0.00, dimana hal ini sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dimana nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai sig < 0.005 . Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat keseluruhan variabel dapat mempengaruhi variabel.

Tabel 8. Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 ^a	,388	,364	9,23563

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Selain uji hipotesis simultan dan parsial, penelitian ini juga berfokus pada uji koefisien determinan. Uji ini dilakukan untuk mengamati bagaimana kontribusi variabel yang diukur (X_1 , X_2 , X_3) serta variabel lain terhadap variabel y. Berdasarkan tabel 8. diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kontribusi ketiga variabel adalah sebesar 38,8 %. Hal ini terlihat dari hasil R square. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel lain sebesar 62 %. Hasil ini masih

dikatakan baik karena menurut Chin, (1998) nilai *R-Square* dikategorikan kuat *R-Square* > 0,67, moderat jika > 0,33 tetapi < 0,67, dan lemah jika > 0,19 tetapi < 0,33.

Berdasarkan proses yang telah dipaparkan (analisis regresi linier berganda), maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan dapat meningkatkan (0.549) niat berwirausaha mahasiswa secara konsisten (0.00). Hal ini dapat terjadi karena pendapatan merupakan salah satu faktor kunci yang dapat mendorong semangat seseorang dalam kerja khususnya wirausaha. Selain itu, gambaran pendapatan yang besar yang dapat dilihat masyarakat melalui pengusaha menjadi dasar pendorong seseorang tertarik berwirausaha, Berdasarkan hal tersebut wajar saja jika pendapat menjadi salah satu faktor pendorong dalam berwirausaha (Setiawan & Malik, 2021). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Syahrudin, (2022) yang menjelaskan bahwa ekspektasi pendapatan yang tinggi akan memacu semangat dan motivasi seseorang dalam memulai bisnis (mendorong niat berwirausaha).

Hasil di atas juga didukung oleh berbagai penelitian yang telah dilakukan, salah satunya Haliza, (2022), dimana ia menjelaskan bahwa ekspektasi pendapatan dapat memperkuat niat berwirausaha seseorang secara konsisten (positif dan signifikan), hal ini juga diperkuat dengan t_{hitung} sebesar 4,986 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Hal yang sama juga dipaparkan Fathiyannida & Erawati, (2021) dimana dalam penelitiannya diperoleh nilai pengaruh ekspektasi pendapatan sebesar 0,795 dan sig 0.00, hasil tersebut juga di perkuat oleh hasil pengujian hipotesis keempat (H_4), ($6,192 > 1,99006$ dan $0,000 < 0,05$).

Selain ekspektasi pendapatan, penelitian ini juga menjelaskan pengaruh variabel kepribadian, dimana variabel ini memiliki pengaruh yang positif dan sig. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0.712 dan sig 0.00. Hal ini terjadi karena kepribadian memiliki peranan penting (faktor internal yang paling dominan), dimana kepribadian merupakan salah satu faktor kunci yang memiliki kontribusi besar dalam peningkatan niat berwirausaha (Karimi et al., 2015; Kent et al., 2022). Dalam hal ini besarnya peranan kepribadian akan mempengaruhi berbagai keputusan, perencanaan, pelaksanaan dan berbagai kebijakan dalam berwirausaha, sehingga wajar saja jika faktor ini menjadi penting. Bahkan menurut Fuller et al., (2018) seseorang dengan kepribadian yang matang akan dapat belajar dari berbagai sumber (pengalaman) dan dapat memotivasi diri sehingga dapat melihat kesempatan sebagai peluang berwirausaha. Sejalan itu dengan Munir et al., (2019) menjelaskan bahwa seorang dengan kepribadian yang matang akan mampu mengambil keputusan dengan baik sehingga mampu memilih usaha serta mampu mempertahankannya dengan berbagai inovasi dan kreativitas dalam dunia wirausaha.

Hasil tersebut, berbanding lurus dengan berbagai penelitian, salah satunya Utami et al., (2022) dimana ia menjelaskan bahwa variabel ini berkontribusi dengan baik dan konsisten (0,199 dengan sig 0.0015), hal ini diperkuat oleh uji t, dimana t_{hitung} 2,479 > t_{tabel} 1,983 (sig 0,01). Hasil tersebut juga diperkuat oleh penelitian Fadhila & Nasution, (2022) dimana ia menekankan hasil yang sama dengan besaran pengaruh yang berbeda yakni 0,685 dan signifikan (0.000), hal ini juga diperkuat dengan uji t ($2,045 > 1,986$) dan sig ($0,044 < sig \alpha 0,05$). Selain memiliki pengaruh langsung yang baik, kepribadian juga memiliki kontribusi sebagai mediator, yang mana variabel ini dapat mendorong terbentuknya niat berwirausaha yang kuat pada diri seseorang melalui proses pengalaman dan pembelajaran atas informasi yang telah diperoleh (Khan & Khan, 2022).

Terakhir, berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara media sosial dengan niat berwirausaha. Adapun pengaruh tersebut bernilai -0.240 dengan sig 0.003. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki dampak yang buruk terhadap niat berwirausaha. Ini dapat terjadi karena mahasiswa cenderung menggunakan media sosial untuk bermain *game*, berinteraksi, serta melakukan kegiatan yang tidak berfokus pada kegiatan berwirausaha. Hal tersebut membuat niat mahasiswa menjadi buyar dan tidak fokus ke tujuan awal (pengembangan bisnis). Variabel ini juga dapat menjadi penghambat, seperti yang dijelaskan oleh Hariyani & Wibowo, (2020), dimana media sosial dapat memberikan dampak negatif karena mahasiswa hanya berfokus berbelanja online.

Sejalan dengan itu, bagi kaum milenial media sosial hanya media bermain (*have fun*), media berinteraksi (komunikasi) serta media *sharing* sehingga kaum milenial tidak dapat melihat mamfaat media sosial bagi pengembangan wirausaha (Prasetio, 2020; Susilawaty, 2022). Hal tersebut diperkuat oleh Aisyah et al., (2023) yang menambahkan bahwa bagi kaum muda (kaum gen z) media sosial bukan hal baru yang mampu mendorong niatnya dalam berwirausaha. Hasil ini berbeda dengan pernyataan Listiawati & Indrawati, (2020) dimana media sosial akan memberikan dampak positif berupa penambahan wawasan dalam berwirausaha, merangsang sikap percaya diri, memacu rasa optimis.

Hasil ini juga berbeda dengan berbagai hasil penelitian terdahulu, dimana salah satunya dibuktikan Sumerta et al., (2020) dimana penggunaan media sosial mempunyai pengaruh yang positif (0.625) dan signifikan (0.00) terhadap niat berwirausaha (hal ini sejalan dengan Nilai t_{hitung} 8,417 > 1,661). Hal yang sama juga dijelaskan oleh Listiawati & Indrawati, (2020) dimana terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pemanfaatan media sosial (t_{hitung} 5,033 > t_{tabel} 1,9855), dimana mahasiswa lebih memanfaatkan media sosial untuk melakukan kegiatan yang menambah wawasan dalam berwirausaha serta penguatan karakter

SIMPULAN

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengangguran merupakan masalah krusial yang mendorong angka kemiskinan. Berdasarkan masalah tersebut, salah satu solusinya atas masalah tersebut yakni mendorong niat berwirausaha melalui kajian pada *theory of planned behavior*. Berdasarkan kajian teori, hasil dan pembahasan diketahui bahwa kepribadian merupakan faktor yang paling dominan yang dapat mendorong seseorang dalam mengembangkan niat berwirausaha melalui ketepatan dalam pengambilan keputusan, pengembangan usaha serta kemampuan bertahan melalui berbagai inovasi dan kreativitas. Selain itu, ekspektasi pendapatan juga dapat mendorong semangat seseorang dapat memulai berbisnis. Terakhir dapat dilihat bahwa media sosial yang digunakan kaum milenial belum dapat berdampak baik karena cenderung digunakan untuk kesenangan semata (bermain, interaksi, komunikasi dan hiburan) sehingga dapat menghambat seseorang dalam memulai bisnis

Daftar Pustaka

- Abdulkareem, H. B., Hassan, A. A., & Suleiman, A. (2023). Personality Traits as Correlate o f Adult Education Students 'Study Habits. *203 Indonesian Journal of Multidisciplinary Research*, 3(2), 203–218.
- Aisyah, S., Rahmani, N. A. B., & Hasibuan, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan , Motivasi , Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim. *Journal on Education*, 5(4), 11740–11757.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes Personality and Behaviour*. McGraw Hill Education.
- Alayis, M. M. H., Abdelwahed, N. A. A., & Atteya, N. (2018). Impact of social networking sites' use on entrepreneurial intention among undergraduate business students: The case of Saudi Arabia. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(4), 1–18.
- Bolat, Elvira, Kaouther, Kooli, & Wright, L. T. (2016). Businesses and Mobile Social Media Capability. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(8), 45–59.
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A., Bedrule-grigorut, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions. *Sustainability*, 12(3), 1–33.
- Broekemier, G., Chau, N. N., & Seshadri, S. (2015). Social media practices among small business-to-business enterprises. *Small Business Institute Journal*, 11(1), 37–48.
- Cavalcante, M. A. D., Sousa-Filho, J. M. de, & Lessa, B. de S. (2021). Entrepreneurial intentions and education: Effects on low-income students. *Journal of Education for Business*, 94(4), 1–9. <https://doi.org/10.1080/08832323.2021.1924602>

- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336.
- Dhitara, P. Y. A., & Ardiansyah, E. H. (2022). Pengaruh Use of Sosmed dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Variabel Intervening Efikasi Diri. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i1.26>
- Fadhila, M. F., & Nasution, A. M. U. (2022). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. *Economics, Business and Management Science Journal*, 2(2), 80–87. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v2i2.273>
- Fathiyannida, S., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif dan Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 83–94. <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>
- Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. E., & Pratt, J. (2018). Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 125(15), 120–125. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.005>
- Haliza, N. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2017. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 2(2), 172–186.
- Hariyani, R., & Wibowo, A. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis Terhadap Minat Berwirausaha. *Seminar Nasional Dinamika Informatika Universitas PGRI Yogyakarta*, 112–118.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE-Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 02(03), 291–314. <https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e318240fa84>
- Hu, R., Wang, L., Zhang, W., & Bin, P. (2018). Creativity, Proactive Personality, and Entrepreneurial Intention: The Role of Entrepreneurial Alertness. *Frontiers in Psychology*, 9, 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00951>
- Indriyani, I., & Subowo. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 470–484. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>
- Jumadi, R., & Mustofa, N. H. (2022). Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 115. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5270>
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Mahdei, K. N., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2015). Testing the relationship between personality intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, 52(3), 1–14. <https://doi.org/10.1002/ijop>.
- Kent, C. D., Adigun, O. T., & Mosia, P. A. (2022). Implications of entrepreneurial education, self-efficacy and personality traits on the entrepreneurial intentions of deaf / hard of hearing students post COVID-19 lockdown. *Work*, 73(2), 393–404. <https://doi.org/10.3233/WOR-220133>
- Khan, N., & Khan, I. U. (2022). Mediating Role of Proactive Personality in Linking Entrepreneurial Education and Intentions. *Journal of Social Research Development*, 3(1), 102–115.
- Listiawati, M., & Indrawati, C. D. S. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(1), 27–36.
- Maulana, F., & Prihastuty, R. (2020). Intensi Berwirausaha ditinjau dari The Big Five Personality pada Mahasiswa. *Intuisi Jurnal Psikologi Ilmiah*, 12(2), 166–175.
- Muliansyah, A., ST. Nurbayan, & Nurnazmi. (2021). Kontribusi Kewirausahaan dalam Mengurangi Pengangguran di Desa Sumi Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. *EduSociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 4(2), 23–33.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103.

- Munir, H., Jianfeng, C., & Ramzan, S. (2019). Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(3), 554–580. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-05-2018-0336>
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*, 18(1), 35–46.
- Purwati, A. A., Hamzah, M. L., Hamzah, Z., & Rusilawati, E. (2022). The Role of Educational Support , Social Support , Income Expectations and Personality on Student ' s Entrepreneurial Interests in Riau , Indonesia. *International Journal of Economics Development Research*, 3(3), 274–284.
- Putra, I. W. W., & Jember, I. M. (2019). Pengaruh Modal, Teknologi dan Kewirausahaan Terhadap Nilai Produksi dan Pendapatan Industri Pakaian Jadi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(9), 965–996.
- Samuel, B. S., & Sarprasatha, J. (2015). Social Media as a Factor for Promoting Entrepreneurship - the Middle East & Oman Scenario. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*, 3(5), 483–493. <https://doi.org/10.11648/j.ijefm.20150305.20>
- Setiawan, R., & Malik, A. (2021). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha pada Masyarakat (Studi Kasus pada Desa Tumpatan Nibung Dusun VI Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara). *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Kebijakan Publik*, 3(1), 32–37.
- Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. (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*, 7, 627. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i07.p03>
- Supeni, R. E., & Efendi, M. (2017). Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha pada Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Jember. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 449–463.
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1–15.
- Syahrudin, H. (2022). Pengaruh Efikasi Diri dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Kartini Sintang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jukarmi)*, 7(2), 83–93.
- Utami, S. W., Zulaihati, S., & Sumiati, A. (2022). Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMKN 1 Kebumen Jawa Tengah. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.53067/ijebeef>
- Wach, K., & Bilan, S. (2021). Public support and administration barriers towards entrepreneurial intentions of students in Poland. *Administratie Si Management Public*, 36(1), 67–80. <https://doi.org/10.24818/amp/2021.36-04>