



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA*, LINGKUNGAN KELUARGA,
DAN PENGETAHUAN *ENTREPRENEURSHIP* TERHADAP
MINAT BERWIRSAUSAHA GENERASI Z JAKARTA**

SKRIPSI

Siti Fatimah

1902025177

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2023



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA*, LINGKUNGAN KELUARGA,
DAN PENGETAHUAN *ENTREPRENEURSHIP* TERHADAP
MINAT BERWIRUSAHA GENERASI Z JAKARTA**

SKRIPSI

Siti Fatimah

1902025177

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH *SOCIAL MEDIA*, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN PENGETAHUAN *ENTREPRENEURSHIP* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z JAKARTA”** merupakan karya hasil saya sendiri dan sepanjang pengetahuan serta keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain ataupun bahan yang sebelumnya pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 17 Juni 2023
Yang Menyatakan,



(Siti Fatimah)
NIM 1902025177

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH *SOCIAL MEDIA*, LINGKUNGAN
KELUARGA, DAN PENGETAHUAN
ENTREPRENEURSHIP TERHADAP MINAT
BERWIRUSAHA GENERASI Z JAKARTA



NAMA : SITI FATIMAH

NIM : 1902025177

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

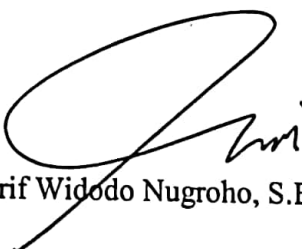
TAHUN AKADEMIK : 2023

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Deni Adha Akbari, SE., M.Si.	
Pembimbing II	Emaridial Ulza, SE., MA.	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Arif Widodo Nugroho, S.E., M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul:

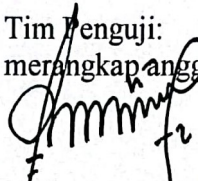
PENGARUH *SOCIAL MEDIA*, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN PENGETAHUAN *ENTREPRENEURSHIP* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z JAKARTA

Yang disusun oleh:
Siti Fatimah
1902025177

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal: 08 Juli 2023

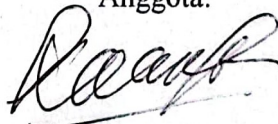
Tim Penguji:
Ketua, merangkap anggota:



(Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.)
Sekretaris, merangkap anggota:



(Drs. Bambang Sumaryanto, S.E., M.M.)
Anggota:

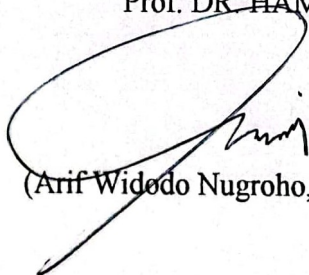


(Drs. Komara, S.E., M.M.)

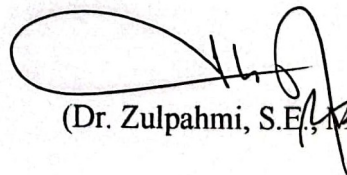
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA



(Arif Widodo Nugroho, S.E., M.M.)



(Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**


Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Fatimah
NIM : 1902025177
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“PENGARUH SOCIAL MEDIA, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN PENGETAHUAN ENTREPRENEURSHIP TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA GENERASI Z JAKARTA”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalih mediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Juni 2023
Yang Menyatakan,


Siti Fatimah
(1902025177)

ABSTRAK

Siti Fatimah (1902025177)

PENGARUH *SOCIAL MEDIA*, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN PENGETAHUAN *ENTREPRENEURSHIP* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z JAKARTA.

Skripsi. Program Strata Satu Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2023. Jakarta.

Kata Kunci: *Social media*, Lingkungan Keluarga, Pengetahuan *Entrepreneurship*, Minat Berwirausaha

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social media*, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan *Entrepreneurship* terhadap Minat Berwirausaha pada generasi Z Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan variabel independen *Social media*, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan *Entrepreneurship*, dan variabel dependen Minat Berwirausaha. Populasi yang dipilih adalah generasi Z yang berada di Jakarta. Sampel dipilih dengan perhitungan rumus slovin dan didapatkan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert. Pengolahan data meliputi analisis deskriptif, uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), regresi linear berganda, uji asumsi klasik, koefisien uji hipotesis, dan determinasi. Data dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Social media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. (2) Lingkungan Keluarga dan Pengetahuan *Entrepreneurship* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. (3) *Social media*, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan *Entrepreneurship* secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

ABSTRACT

Siti Fatimah (1902025177)

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, FAMILY ENVIRONMENT, AND ENTREPRENEURSHIP KNOWLEDGE ON ENTREPRENEURIAL INTEREST OF GENERATION Z JAKARTA.

Thesis. Bachelor of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Prof. Dr. HAMKA. 2023. Jakarta.

Keywords: Social media, Family Environment, Entrepreneurship Knowledge, Entrepreneurial Interest

This study aims to determine the effect of Social media, Family Environment, and Entrepreneurship Knowledge on Entrepreneurial Interest in generation Z Jakarta. This study uses a survey method with independent variables of Social media, Family Environment, and Entrepreneurship Knowledge, and the dependent variable of Entrepreneurial Interest. The population chosen is generation Z in Jakarta. The sample was selected by calculating the slovin formula and obtained a total of 100 respondents. The data collection technique used was a questionnaire with a Likert scale. Data processing includes descriptive analysis, data quality test (validity and reliability), multiple linear regression, classical assumption test, hypothesis testing coefficient, and determination. Data were analyzed using IBM SPSS 23.0 software. The results showed that: (1) Social media has a positive and significant effect on Entrepreneurial Interest. (2) Family Environment and Entrepreneurship Knowledge have no positive and significant effect on Entrepreneurial Interest. (3) Social media, Family Environment, and Entrepreneurship Knowledge simultaneously affect the Interest in Entrepreneurship.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *SOCIAL MEDIA*, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN PENGETAHUAN *ENTREPRENEURSHIP* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z JAKARTA”** dengan baik dan cepat, serta salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke zaman yang canggih ini. Dalam menulis skripsi ini penulis banyak sekali mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Dr. Zulpahmi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Sumardi, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. M. Nurrasyidin, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Edi Setiawan, S.E., M.M selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Dr. Tohirin, SHI., M.Pd.I selaku Wakil Dekan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Arif Widodo Nugroho, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

8. Deni Adha Akbari, S.E, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, memberikan dukungan dan koreksi serta arahan kepada penulis dalam menyusun penulisan skripsi ini sampai selesai.
9. Emaridial Ulza, S.E, MA. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan dukungan dan koreksi serta arahan sehingga terselesaikan skripsi ini.
10. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama saya kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
11. Bapak, Mamah, Masnya, adik-adik dan keluarga yang selalu mendoakan, mendukung baik materil maupun moril penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua teman-teman yang telah membantu dan mendukung penulis menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 17 Juni 2023

Penulis
(Siti Fatimah)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan.....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Pembatasan Masalah	9
1.2.3 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	25
2.2.1 Minat Berwirausaha.....	25
2.2.2 Social media.....	30
2.2.3 Lingkungan Keluarga.....	35
2.2.4 Pengetahuan Entrepreneurship	38
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.4 Rumusan Hipotesis	46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	47
3.1 Metode Penelitian	47
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	47
3.3 Populasi dan Sampel	49
3.2.1 <i>Populasi Penelitian</i>	49
3.2.2 <i>Sampel Penelitian</i>	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4.1 <i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	52
3.4.2 <i>Tempat Pengumpulan Data</i>	52
3.5 Teknik Pengolahan dan Hasil Data.....	52
3.5.1 <i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	52
3.5.2 <i>Uji Kualitas Instrumen</i>	53
3.5.1 <i>Analisis Regresi Linear Berganda</i>	54
3.5.2 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	55
3.6 Uji Statistik.....	57
3.6.1 <i>Uji t_{test} (Uji Secara Parsial)</i>	57
3.6.2 <i>Uji F_{Test} (Uji Secara Simultan)</i>	57
3.7 Uji Koefisien Determinasi R ²	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1 <i>Gambaran Umum Kota Jakarta</i>	59
4.1.2 <i>Sejarah Kota Jakarta</i>	60
4.1.3 <i>Gambaran Umum Generasi Z Di Jakarta</i>	61
4.2 Analisis Deskriptif	62
4.2.1 <i>Karakteristik Responden</i>	62
4.2.2 <i>Frekuensi Jawaban Responden</i>	64
4.3 Uji Kualitas Instrumen	80
4.3.1 <i>Uji Validitas</i>	80
4.3.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	81
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.4.1 <i>Uji Normalitas</i>	82
4.4.2 <i>Uji Multikolinearitas</i>	85

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.6 Uji Hipotesis.....	89
4.6.1 Uji Secara Simultan (Uji F).....	89
4.6.2 Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	90
4.7 Koefisien Determinasi (R ²)	91
4.8 Pembahasan Hasil Temuan	92
4.8.1 Pengaruh Social media Terhadap Minat Berwirausaha.....	92
4.8.2 Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha	93
4.8.3 Pengaruh Pengetahuan Entrepreneurship Terhadap Minat Berwirausaha.....	94
4.8.4 Pengaruh Social media, Lingkungan Keluarga, Dan Pengetahuan Entrepreneurship Terhadap Minat Berwirausaha	95
BAB V PENUTUP.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
1	Persentase Penduduk Bekerja DKI Jakarta menurut Status Pekerjaan Utama (Agustus 2022)	5
2	Faktor yang membuat Gen Z Resign dari tempat kerja.....	7
3	Kerangka Pemikiran Teoritis	45
4	Pendekatan Histogram.....	83
5	Pendekatan Grafik Normal Probability Plot	84
6	Uji Heteroskedastisitas Pendekatan Scatter Plot.....	86

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
1	Hasil Sensus Penduduk 2020 menurut Generasi di Provinsi DKI Jakarta	6
2	Karakteristik Pengangguran, Agustus 2020–Agustus 2022	8
3	Ringkasan Penelitian Terdahulu	18
4	Operasionalisasi Variabel	48
5	Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner	52
6	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
7	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	63
8	Kemudahan Mendapatkan Informasi dan Pengetahuan	64
9	Menjaga dan Memperkuat Komunikasi	65
10	Memperoleh Banyak Pengetahuan Dari Relasi	65
11	<i>Social media</i> Mendorong Untuk Berwirausaha	66
12	Kemudahan Dalam Mendapatkan Ide Wirausaha.....	67
13	Indikator <i>Social media</i> (X1)	67
14	Pengertian Kedua Orang Tua.....	68
15	Kondisi Perekonomian Keluarga	69
16	Teknik Keluarga Dalam Memberikan Pendidikan.....	70
17	Hubungan Keharmonisan Keluarga	70
18	Keadaan Keluarga	71
19	Lingkungan Keluarga	72
20	Kursus Kewirausahaan Memberikan Pengetahuan Untuk Membuka Peluang Bisnis	73
21	Pengetahuan Kewirausahaan Dapat Membantu Menciptakan Inovasi Produk Yang Diminati Konsumen	73
22	Pengetahuan Kewirausahaan Dapat Mengajarkan Tanggung Jawab Dan Meningkatkan Kepercayaan Diri Dalam Memulai Usaha	74
23	Pengetahuan Kewirausahaan Dapat Membantu Dalam Mengambil Keputusan Dalam Mengelola Bisnis.....	75

24 Pengetahuan Kewirausahaan Dapat Membantu Dalam Mengelola Risiko	
Bisnis	75
25 Indikator Pengetahuan <i>Entrepreneurship</i>	76
26 Motivasi Finansial	77
27 Keinginan Untuk Mengatur Keuangan Usaha Secara Independen	77
28 Perasaan Bangga Dan Mudah Meraih Kesuksesan Sebagai Pengusaha	78
29 Keinginan Untuk Membuka Lapangan Pekerjaan Yang Membantu Lingkungan Sosial.....	78
30 Keinginan Untuk Menjadi Contoh Positif Bagi Orang Lain Dan Memotivasi Mereka Untuk Berwirausaha.....	79
31 Indikator Minat Berwirausaha	80
32 Uji Validitas	81
33 Uji Reliabilitas	82
34 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	85
35 Uji Multikolinearitas	85
36 Uji Glejser.....	87
37 Uji Regresi Linier Berganda	88
38 Uji T.....	89
39 Uji T.....	90
40 Uji Koefisien Determinasi	91

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
1	Kuesioner.....	1
2	Data Kuesioner	4
3	Hasil Output Data SPSS 23.0	10
4	Tabel R	21
5	Tabel T	22
6	Tabel F	23
7	Surat Tugas.....	24
8	Catatan Konsultasi Pembimbing I	25
9	Catatan Konsultasi Pembimbing II	26
10	Daftar Riwayat Hidup	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada Agustus 2022, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,86% (lima koma delapan puluh enam persen), menurut Badan Pusat Statistik (BPS) ini lebih rendah dari Agustus 2021. Namun, angka pengangguran Indonesia masih tinggi dan belum kembali seperti semula sebelum adanya pandemi covid-19. Bahkan individu dengan tingkat pendidikan yang setara dengan sarjana masih kesulitan mencari pekerjaan karena pengangguran masih menjadi masalah yang signifikan di Indonesia.

Sementara itu, rasio kewirausahaan di Indonesia masih sangat sedikit. Sari, (2022) mengatakan hanya 3,47% (tiga koma empat puluh tujuh persen) penduduk Indonesia yang berwirausaha. Jumlah ini masih jauh lebih rendah daripada negara-negara tetangga, di mana pengusaha mencapai setidaknya 12% (dua belas persen) dari populasi. Di sisi lain, Latief (2022) juga menuturkan bahwa pengusaha muda Indonesia yang tercatat saat ini jumlahnya hanya 2% (dua persen) dari total penduduk Indonesia. Untuk itu, pemerintah juga terus mendorong agar rasio kewirausahaan di Indonesia naik. Kemudian, Pada tahun 2024, pemerintah menginginkan rasio pengusaha meningkat sebesar 3,95% (tiga koma sembilan puluh lima persen). Sebagaimana dipersyaratkan oleh Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 2 Tahun 2022 tentang pengembangan kewirausahaan Nasional.

Jalan berwirausaha merupakan salah satu cara untuk mengurangi pengangguran. Menjadi wirausahawan umumnya memerlukan pelaksanaan atau penemuan sesuatu yang baru dengan cara yang kreatif dan inovatif yang melayani kepentingan orang lain dan menambah nilai. Kewirausahaan adalah mesin pertumbuhan ekonomi, lapangan kerja, inovasi, dan keterbukaan politik internasional (Farzanegan, 2014). Sedangkan, Greve & Salaff (2003) mendefinisikan wirausaha sebagai "orang yang memiliki, meluncurkan, mengelola, dan menanggung risiko usaha ekonomi".

Dalam lingkungan perkotaan yang maju seperti Jakarta, Generasi Z tumbuh dan berkembang di tengah pengaruh teknologi yang kuat, terutama dalam hal penggunaan *social media*. *Social media* telah menjadi platform yang sangat populer untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun jejaring sosial. Hal ini mempengaruhi cara generasi muda mengakses informasi, termasuk dalam konteks berwirausaha. Saat ini, kehidupan anak muda dipengaruhi secara permanen oleh media sosial. Media sosial adalah tempat kita bisa mendapatkan semua jenis informasi bahkan berbelanja, dan perlu dicatat bahwa media sosial memiliki cara unik tersendiri dalam menyampaikan informasi yang ringkas namun jelas. Mayfield (2008) menyebutkan bahwa *social media* adalah tempat di mana seseorang bisa berbagi ide dan bekerja sama untuk menciptakan, berpikir, berdebat, mencari mitra, dan membangun komunitas.

Faktor lain yang dapat memicu minat berwirausaha adalah lingkungan keluarga. Menurut Sandi & Nurhayati (2020), lingkungan keluarga adalah lingkungan sosial yang paling dekat dengan wirausahawan, yang karakternya,

terutama sifat wirausaha anak, sangat dipengaruhi oleh lingkungan ini. Lingkungan keluarga dapat menjadi tempat yang baik untuk melatih dan mengasah sifat wirausaha, yang dapat membantu anak mulai memutuskan apa yang ingin mereka lakukan di masa depan (Kusumojanto *et al.*, 2021).

Menurut Auken *et al.* (2006), siswa yang orang tuanya adalah pemilik bisnis memiliki preferensi wirausaha yang jauh lebih tinggi daripada pekerjaan berbayar. Ini dapat dikaitkan dengan perubahan sikap dan peningkatan kepercayaan pada kemampuan yang dirasakan seseorang. Seseorang lebih mungkin menjadi wirausaha jika lingkungan keluarga mendukung. Seseorang tidak dapat menjadi wirausaha tanpa dukungan orang tua atau keluarganya. Kemudian, seseorang bisa memiliki minat jika salah satu atau seluruh dari keluarga sudah mempunyai bisnis sebelumnya.

Selanjutnya, kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang kewirausahaan merupakan dua faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha (Dewi *et al.*, 2021). Selain itu, minat berwirausaha juga dipengaruhi oleh pengetahuan *entrepreneurship*. Pengetahuan *entrepreneurship* adalah potensi untuk menciptakan produk baru, meluncurkan perusahaan baru, menghasilkan nilai tambah baru, dan memperluas bisnis yang ada (Amaliah *et al.*, 2021). Pengetahuan *entrepreneurship* dapat diajarkan melalui pendidikan dan pelatihan.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, beberapa jurnal yang berhubungan dengan *social media* menyatakan *Social media* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (Aputra & Aziz, 2022; Dewi *et al.*, 2021; Kurniawan, 2019; Nirwana *et al.*, 2021; Purwanto, 2022; Rana *et al.*, 2021; Suharto *et al.*, 2022).

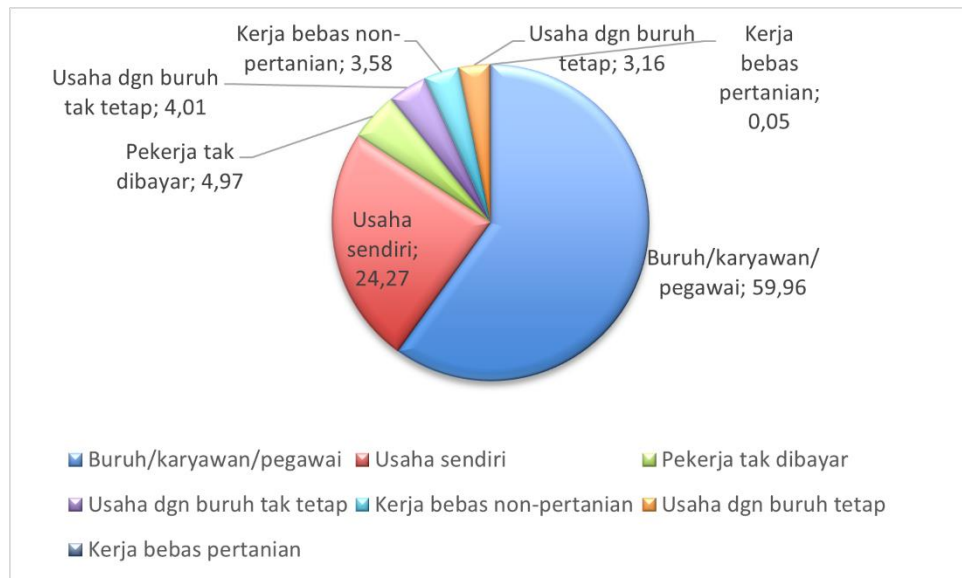
Di sisi lain, penelitian dari Firman *et al.* (2020) menyatakan bahwa *social media* memiliki dampak pengaruh yang kecil terhadap minat berwirausaha.

Selain *social media*, hasil penelitian tentang lingkungan keluarga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Alfan & Andriansyah, 2022; Amalia & Anggriani, 2021; Amaliah *et al.*, 2021; Azizah & Pahlevi, 2021; Indaryani *et al.*, 2020; Lingappa *et al.*, 2020; Nasri & Illahi, 2020; Oktarina *et al.*, 2019; Purwanto, 2022; Putra & Sari, 2022; Sugianingrat *et al.*, 2020; Suharto *et al.*, 2022). Di sisi lain, beberapa penelitian berpendapat bahwa minat berwirausaha tidak terpengaruh oleh lingkungan keluarga (Himawan & Aima, 2021; Rachmawati & Subroto, 2022; Sandi & Nurhayati, 2020).

Kemudian, pengetahuan *entrepreneurship* juga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (Amaliah *et al.*, 2021; Anam *et al.*, 2021; Aputra & Aziz, 2022; Dewi *et al.*, 2021; Firman *et al.*, 2020; Indaryani *et al.*, 2020; Miswanto *et al.*, 2018; Muzakki *et al.*, 2022; Nasri & Illahi, 2020; Nirwana *et al.*, 2021; Rachmawati & Subroto, 2022; Suryaningsih & Agustin, 2020; Rana *et al.* 2021). Sedangkan, menurut penelitian dari Hamsun *et al.* (2019) mengatakan bahwa pengetahuan *entrepreneurship* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Dari beberapa penelitian sebelumnya di atas, kita dapat melihat bahwa *social media*, lingkungan keluarga, dan pengetahuan *entrepreneurship* memiliki pengaruh yang dominan terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu, menggunakan *social media* dengan bijak, kemudian lingkungan keluarga yang mendukung, dan pengetahuan *entrepreneurship* yang cermat akan menghasilkan minat dalam berwirausaha. Objek dan lokasi penelitian ini menjadi pembeda dari penelitian-

penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *social media*, lingkungan keluarga, dan pengetahuan *entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha pada generasi Z Jakarta.



Sumber: Data Olahan, Badan Pusat Statistik (BPS)

Gambar 1

Persentase Penduduk Bekerja DKI Jakarta menurut Status Pekerjaan Utama (Agustus 2022)

Peneliti telah melakukan pengamatan secara mandiri, bahwa anak muda khususnya penduduk asli Jakarta cenderung sulit untuk berniat atau memulai berwirausaha. Dari sekian banyaknya orang yang berwirausaha di Jakarta, lebih banyak perantau dari berbagai macam daerah yang mempunyai usaha daripada anak muda Jakarta. Ini sesuai dengan data di atas, yang menyatakan bahwa pemilik usaha bisnis hanya 24,27% (dua puluh empat koma dua puluh tujuh persen) dan ini jauh lebih rendah dari pada kategori buruh atau karyawan yang sebesar 60% (enam puluh persen) dari populasi. Sedangkan, populasi gen Z di Jakarta cukup banyak.

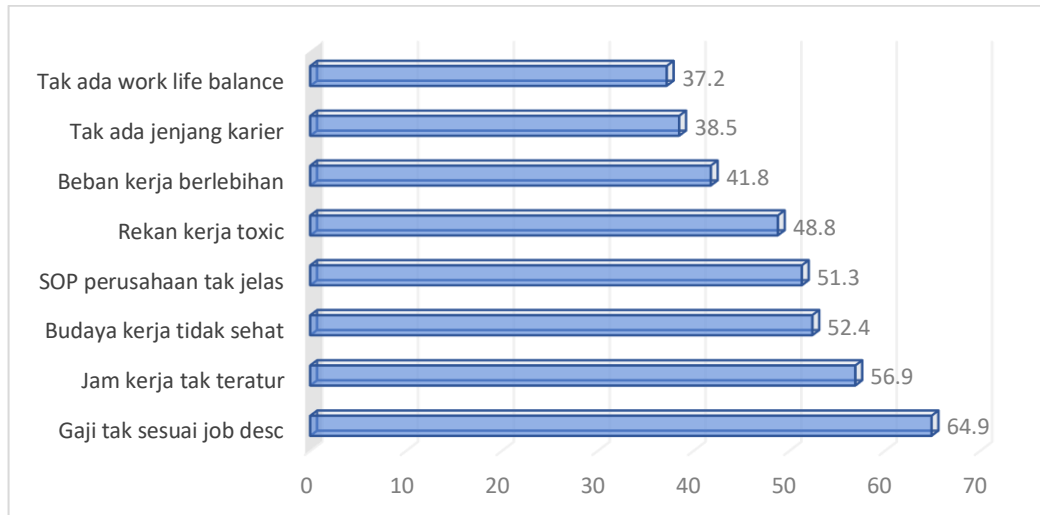
Tabel 1**Hasil Sensus Penduduk 2020 menurut Generasi di Provinsi DKI Jakarta**

Kab/Kota	Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2020 menurut Generasi dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa)		
	Millennial	Generasi Z	Post Generasi Z
	2020	2020	2020
Kep Seribu	7 497	8 033	3 823
Jakarta Selatan	583 253	565 953	238 381
Jakarta Timur	806 603	792 092	349 312
Jakarta Pusat	277 599	263 444	108 802
Jakarta Barat	665 783	621 776	276 335
Jakarta Utara	488 123	45 796	211 063
DKI Jakarta	2 828 858	2 297 094	1 187 716

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Terdapat 2.297.094 jiwa jumlah gen Z di DKI Jakarta. Periode kelahiran tahun 1995-2010 disebut sebagai generasi Z (Priporas *et al.*, 2017). Selaku generasi penerus bangsa, generasi Z menikmati beberapa keuntungan, misalnya, memiliki informasi yang luas karena kemudahan dalam mengakses data, terbuka terhadap perubahan yang terjadi, tidak cepat *contented*, memiliki keinginan untuk terus berkembang, mempunyai motivasi yang tinggi dan cenderung lebih toleran. Di sisi lain, gen Z juga memiliki kelemahan yaitu cenderung individualisme, susah fokus sama satu hal, kurang menghargai proses, lebih memprioritaskan uang, memiliki emosi yang cenderung labil dan bergantung pada teknologi. Sebuah survei oleh Kaiser Family Foundation menunjukkan bahwa Gen Z menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial daripada aktivitas lain kecuali tidur (Liu *et al.*, 2022). Ini mengakibatkan generasi Z cenderung menjadi pemalas, disebabkan oleh kecanduan *social media*. Selain itu, generasi Z lebih banyak mengeluh daripada berjuang. Hal

ini sebagian besar di latar belakang oleh tuntutan keluarga terhadap generasi Z, yang menginginkan anaknya sukses dini.



Sumber: Data Olahan, Lembaga Jajak Pendapat (JakPat)

Gambar 2

Faktor yang membuat Gen Z Resign dari tempat kerja

Menurut laporan yang diterbitkan American Psychological Association, Gen Z adalah generasi yang bermental lemah dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Terutama di dalam dunia kerja, tipe gen Z ini tidak bisa dibentak ataupun disuruh akan sesuatu hal yang bukan tugasnya. Ditambah lagi, sekarang banyak pihak yang menjunjung tinggi kesehatan mental dan hal demikian membuat banyak golongan dari gen Z berhenti dari tempat kerja karena tidak kuat dan tidak nyaman serta merasa mentalnya dirusak oleh atasan atau sesama teman kerja. Beban kerja yang berlebihan, rekan kerja yang *toxic*, budaya kerja yang tidak sehat, serta jam kerja yang tidak teratur merupakan beberapa faktor yang membuat gen Z berhenti dari tempat kerja dan ini sudah masuk ke dalam ranah mental. Oleh sebab itu, gen Z

lebih memilih berhenti dari tempat ia bekerja daripada bertahan. Hal ini juga dibuktikan dengan data tingkat pengangguran terbuka menurut BPS.

Tabel 2
Karakteristik Pengangguran, Agustus 2020–Agustus 2022

Karakteristik Pengangguran	Agustus 2020	Agustus 2021	Agustus 2022
	(persen)	(persen)	(persen)
TPT Menurut Jenis Kelamin			
Laki-laki	7,46	6,74	5,93
Perempuan	6,46	6,11	5,75
TPT Menurut Daerah Tempat Tinggal			
Perkotaan	8,98	8,32	7,74
Pedesaan	5,75	6,11	3,43
TPT Menurut Kelompok Umum			
15-24 tahun	20,46	19,55	20,63
25-56 tahun	5,04	4,44	3,36
60 tahun ke atas	1,7	2,73	2,85

Sumber: Berita Resmi Statistik, Badan Pusat Statistik (BPS)

Menurut daerah tempat tinggal, TPT di perkotaan 7,74% (Tujuh koma tujuh puluh empat persen) jauh lebih tinggi dibandingkan TPT di pedesaan 3,43% (tiga koma empat puluh tiga persen) berdasarkan luas tempat tinggal. Mayoritas orang yang mencari pekerjaan bepergian ke kota-kota seperti Jakarta. Jakarta adalah kota besar yang penuh dengan berbagai jenis kegiatan bisnis yang sepertinya tidak pernah berhenti. Mulai dari pedagang kaki lima hingga gedung perusahaan kelas atas. Selain dari sikap gen Z yang mudah sekali dipengaruhi oleh sesuatu, hal ini mengakibatkan kesempatan gen Z sebagai penduduk asli Jakarta untuk mendapatkan pekerjaan semakin sulit karena semakin banyaknya pesaing dari berbagai daerah masuk. Kemudian, pada Agustus 2022, TPT penduduk usia 15-24 tahun mencapai puncaknya, yakni sebesar 20,63% (dua puluh koma enam puluh

tiga persen). Sedangkan, kelompok umur tertua (60 tahun ke atas) memiliki TPT terendah, yaitu sebesar 2,85% (dua koma delapan puluh lima persen).

Dari latar belakang di atas, peneliti ingin melakukan penelitian ilmiah dalam bentuk karya tulis dengan judul “**Pengaruh *Social media*, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan *Entrepreneurship* Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z Jakarta.**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi berdasarkan konteks sebelumnya:

1. Hanya 3,47% (tiga koma empat puluh tujuh persen) penduduk Indonesia yang berwirausaha.
2. BPS menyebut angka pengangguran Indonesia masih tinggi dan belum kembali seperti sebelum pandemi.
3. Anak muda, khususnya penduduk asli Jakarta cenderung sulit untuk berniat atau memulai berwirausaha.
4. Gen Z lebih memilih berhenti dari tempat ia bekerja daripada harus bertahan.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi masalah atau ruang lingkup dari isu-isu di atas agar menghasilkan pembahasan yang lebih mendalam tanpa menyimpang dari pokok bahasan untuk melihat dan fokus pada variabel-variabel penelitian yaitu *Social media*, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan *Entrepreneurship* terhadap Minat Berwirausaha tanpa melihat variabel lain.

1.2.3 Rumusan Masalah

Dari masalah di atas maka dapat diperoleh rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Social media* mempengaruhi Minat Berwirausaha pada generasi Z Jakarta?
2. Apakah Lingkungan Keluarga mempengaruhi Minat Berwirausaha pada generasi Z Jakarta?
3. Apakah Pengetahuan *Entrepreneurship* mempengaruhi Minat Berwirausaha pada generasi Z Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan pada generasi Z adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Social media* terhadap Minat Berwirausaha pada generasi Z Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada generasi Z Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan *Entrepreneurship* terhadap Minat Berwirausaha pada generasi Z Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi sumber penelitian tambahan mengenai pengaruh media sosial, lingkungan keluarga, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat Generasi Z untuk memulai usaha sendiri.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai salah satu prasyarat untuk mendapatkan gelar Sarjana serta, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dan wacana tambahan untuk mengembangkan ilmu tentang *Entrepreneurship* serta membuka mata untuk berwirausaha kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, R., Hamzah, N., Putra, A. H. P. K., Ginting, W. A., & Teng, S. H. (2019). What Is More Important In Business? The Fallacy In Interpreting Innovation As a Strategy. *Proceedings of the 1st International Conference on Life, Innovation, Change and Knowledge (ICLICK)*. <https://doi.org/10.2991/iclick-18.2019.59>
- Alfan, M., & Andriansyah, E. H. (2022). Impact of Income Expectations, Family Environment on Entrepreneurial Interests with Self-Efficacy as an Intervening Variable. *Jurnal Pengkajian Ilmu Dan Pembelajaran Matematika Dan IPA IKIP Mataram*, 10(3), 598–608. <https://doi.org/10.33394/j>
- Amalia, R., & Anggriani, M. (2021). The Influence of *Entrepreneurship* Education, Personality and Family Environment on Entrepreneurial Interest in MH Thamrin University Students. In *American International Journal of Business Management (AIJBM)* (Vol. 4, Issue 11).
- Amaliah, R., Slamet Riyadi No, J., Putri, S., & Teluk Jambi, D. (2021). The Impact of Entrepreneurial Knowledge, Personality, Motivation and Family Environment on Entrepreneurial Intention Through Self Efficacy Article Info. *Journal of Economic Education*, 10(2), 149–157. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Anam, M. S., Yulianti, W., Afisa, I., & Safitri, N. A. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Faktor Demografi Terhadap Minat Berwirausaha. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Aputra, A., & Aziz, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 9(1).
- Auken, H. Van, Fry, F. L., & Stephens, P. (2006). The Influence of Role Models on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(02), 157–167. <https://doi.org/10.1142/S1084946706000349>
- Azizah, R. K., & Pahlevi, T. (2021). The Effect of *Entrepreneurship* Education and Family Environment on Entrepreneurial Interests Through Self-Efficacy. *JURNAL PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 5(5), 1188. <https://doi.org/10.33578/pjr.v5i5.8417>

- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1991). Theorizing about *entrepreneurship*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.
- Bygrave, W. D. (1989). The *entrepreneurship* paradigm (I): A philosophical look at its research methodologies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 7-26.
- Chengalvala, S., & Rentala, S. (2017). Intentions Towards Social *Entrepreneurship* Among University Students in India. *International Journal of Research - GRANTHAALAYAH*, 5(6), 406–413. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v5.6.2017.2049>
- Darsini, Fahrurrozi, & Cahyono, E. A. (2019). Pengetahuan; Artikel Review. *Jurnal Keperawatan*, 12(1), 95–107.
- Dewi, W. S., Pradana, M., Sari, D., Nugraha, D. W., & Adiputri, L. C. (2021). The Influence of Knowledge, *Social media* Utilization and Motivation on Entrepreneurial Intention (Case Study: Telkom University Students). *International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Singapore*.
- Eryilmaz, B., & Arslan, A. (2021). Individual innovation behaviors: An empirical study in the context of SMEs. *Journal of Business Research*, 123, 99-111.
- Farinloye, T., Wayne, T., Mogaji, E., & Watat, J. K. (2020). *Social media* for Universities' strategic communication. In *Strategic Marketing of Higher Education in Africa* (pp. 96-115). Routledge.
- Farzanegan, M. R. (2014). Can oil-rich countries encourage *entrepreneurship*? In *Entrepreneurship and Regional Development* (9/10, Vol. 26, pp. 706–725). <http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2014.981869>.
- Fatmawati, N. (2021). *Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat*. KPKNL Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Firman, A., Perdana, A. H., & Putra, K. (2020). The Effect of *Social media* Utilization, Campus Environment and *Entrepreneurship* Knowledge on Student Entrepreneurial Interest. In *Point of View Research Management* (Vol. 1, Issue 4). <https://journal.accountingpointofview.id/index.php/povrema>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen': Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 12.
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.

- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Sembilan).
- Greenhow, C., Lewin, C., & Staudt Willet, K. B. (2016). *Social media and education: reconceptualizing the boundaries of formal and informal learning. Learning, Media and Technology*, 41(1), 6-30.
- Greve, A., & Salaff, J. (2003). Social networks and *entrepreneurship*. In *Entrepreneurship Theory and Practice* (Vol. 28, pp. 1–22).
- Hamsun, Natsir, M., Mile, Y., & Yuniar, L. S. (2019). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Kepribadian, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Tadulako. *Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, 2(1), 160–170.
- Hidayat, F., & Veronica, A. (2022). Determination of Entrepreneurial Knowledge and Locus of Control Through The Family Environment In The Interest of *Entrepreneurship* Students STMB MULTISMART Medan. *International Journal of Economics (IJECE)*, 1(2), 315–324. <https://doi.org/10.55299/ijec.v1i2.175>
- Himawan, S., & Aima, M. H. (2021). The Role of Self-Efficacy in Mediating The Effect of Need for Achievement, Family Environment on Entrepreneurial Intention in Management Students at Mercu Buana University. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i1>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2021). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Houshmand, M., Seidel, M.-D. L., & Ma, D. G. (2017). The Impact of Adolescent Work in Family Business on Child–Parent Relationships and Psychological Well-Being. *Family Business Review*, 30(3), 242–261. <https://doi.org/10.1177/0894486517715838>
- Indaryani, M., Hidayah, M., & Lusianti, D. (2020). The effects of entrepreneurial education and family environment on the interest in enterprise through students' motivation of *entrepreneurship*. *International Conference on Education and Social Science Research*.
- Jayawarna, D., Jones, O., & Macpherson, A. (2014). Entrepreneurial potential: The role of human and cultural capitals. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 32(8), 918–943. <https://doi.org/10.1177/0266242614525795>

- Jufri, M., Akib, H., Ridjal, S., Sahabuddin, R., & Said, F. (2018). Improving attitudes and entrepreneurial behaviour of students based on family environment factors at vocational high school in Makassar. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(2), 1–14.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, Michael. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of *social media*. *Business Horizons*.
- Kartajaya, H. (2008). *New Wave Marketing*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kim, J. W., & Lee, H. (2021). Knowledge, trust, and risk-taking in the sharing economy: A comparative study of peer-to-peer accommodation and ride-sharing services. *Sustainability*, 13(9), 4893.
- Kurniawan, Y. R. (2019). The Effect of using *Social media* to Entrepreneurial Interest in Airlangga University Students : Case in Management Students at Faculty of Economic and Business. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*, 8(7).
- 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>
- Linan, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analysis, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Linan, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3–4), 187–215. <https://doi.org/10.1080/08985620903233929>
- 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>
- Liputan6. (2022). *Rasio kewirausahaan di Indonesia Baru 3,47 Persen*. 30 Maret 2022. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4925383/rasio-kewirausahaan-di-indonesia-baru-347-persen>
- Liu, J., Wang, C., Zhang, T. (Christina), & Qiao, H. (2022). Delineating the Effects of *Social media* Marketing Activities on Generation Z Travel Behaviors. *Journal of Travel Research*, 004728752211063. <https://doi.org/10.1177/00472875221106394>

- Maruthappu, M., Watkins, J., Noor, A. M., Williams, C., Ali, R., Sullivan, R., ... & Zeltner, T. (2021). Global health systems of the future. *The Lancet*, 397(10270), 1562-1563.
- Mayfield, A., (2008) What Is *Social media*, UK: icrossing.
- McLeod, S. A. (2017). Characteristics of a Healthy Family Environment. *Simply Psychology*. <https://www.simplypsychology.org/healthy-family.html>)
- MediaIndonesia. (2022). *Jumlah Pengusaha Muda Hanya 2% dari Populasi di Tanah Air*. 7 September 2022. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/520733/jumlah-pengusaha-muda-hanya-2-dari-populasi-di-tanah-air>
- Miswanto, M., Suparti, S., & Abdullah, Y. R. (2018). *The Effect of Entrepreneurial Knowledge The Effect of Entrepreneurial Knowledge and Environmental Support on Student Entrepreneurial Intention*. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/tb>
- Muzakki, Y., Winarno, A., & Siswanto, E. (2022). The Influence of Knowledge of *Entrepreneurship*, Self-Efficacy Towards Interests *Entrepreneurship* Through Motivation *Entrepreneurship* to Santri at Pondok Pesantren Bahrul Maghfiroh Malang. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 2(1). <https://doi.org/10.53067/ije3.v2i1>
- Nasri, M. I., & Illahi, D. R. (2020). *The Effect Entrepreneurial Knowledge, Personality, Family Environment, Friend One Association of Interest Entrepreneurship*. <https://ssrn.com/abstract=3735665>
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ni, H., & Ye, Y. (2018). *Entrepreneurship Education Matters: Exploring Secondary Vocational School Students' Entrepreneurial Intention in China*. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 27(5), 409–418. <https://doi.org/10.1007/s40299-018-0399-9>
- Nirwana, Ismail, M., & Razak, M. (2021). The Influence of *Social media* and *Entrepreneurship* Knowledge on Interest in *Entrepreneurship* Through Business Motivation of Students of The Faculty of Economics and Business Hasanuddin University Makassar. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship (HJABE)*, 4(4).
- Oktarina, H., Agung, A., & Aswad, S. H. (2019). *Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP*

Pembangunan *Indonesia.*
<https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/issue/view/46>

- Pangaribuan, H. R., Saragih, S., & Malau, N. (2021). The role of entrepreneurial orientation and market orientation on firm performance: The mediating effect of market responsiveness. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(6), 468-482.
- Pradana, M., Wardhana, A., Wijayangka, C., Kartawinata, B. R., & Wahyuddin, S. (2020). Indonesian university students' entrepreneurial intention: A conceptual study. *Journal of Critical Reviews*, 7(7), 171–573.
- Priporas, C.-V., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2017). Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior*, 77, 374–381. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.058>
- Puntoadi, D., (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT. alex Komputindo.
- Purwanto, A. (2022). The Role of the Use of *Social media* and Family Environment on Entrepreneurial Interest of Private University Students. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(6). <https://doi.org/10.7777/jiemar>
- Putra, S., & Sari, P. O. (2022). The Influence of *Entrepreneurship* Education and Family Environment on Interest in *Entrepreneurship* with Self Efficacy as a Mediation Variable for Undergraduate Students in East Java. *Asia Pacific Journal of Business Economics and Technology*, 2(1).
- Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 10(1). <https://doi.org/10.3360/ejpe.v10i1.6236>
- Rahmawati, A., Yohana, C., & Pratama, A. (2022). *Pengaruh Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta*.
- Rana, K. S., Abid, G., Nawaz, M., & Ahmad, M. (2021). The Influence of Social Norms and *Entrepreneurship* Knowledge on *Entrepreneurship* Intention: The Mediating Role of Personal Attitude. *International Journal of Entrepreneurship*, 25(1).
- Raza, S. A., Qazi, W., & Shah, N. (2018). Factors affecting the motivation and intention to become an entrepreneur among business university students.

International Journal of Knowledge and Learning, 12(3), 221.
<https://doi.org/10.1504/IJKL.2018.092315>

Renninger, K.A., & Hidi, S. (2017). *The Power of Interest for Motivation and Engagement* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315771045>

Sandi, A., & Nurhayati, M. (2020). Effect of *Entrepreneurship* Education, Family Environment and Self-Efficacy on Students *Entrepreneurship* Intention . *International Conference on Management, Economics and Business*.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of *entrepreneurship* as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.

Suharto, S., Siswanto, E., Ardiyanto, J., & Rahayuni, A. (2022). The Role of the *Social media* and Family Environment on Entrepreneurial Interest of Vocational School Students. *Economic Education Analysis Journal*, 11(1), 77–87. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v11i1.50718>

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*. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryaningsih, T., & Agustin, T. (2020). Pengaruh Kepribadian Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 42–49. <https://doi.org/10.17977/um014v13i12020p042>