

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA SISWA KELAS XII SMK NEGERI 8 JAKARTA

Bagas Yuliatmaji¹⁾, Christian Wiradendi Wolor²⁾, Susan Febriantina³⁾

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN FAKULTAS EKONOMI, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Correspondence		
Email: bagasyop@gmail.com	No. Telp:	
Submitted : 12 Januari 2024	Accepted : 24 Januari 2024	Published : 25 Januari 2024

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil dari Pengaruh Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah siswa aktif kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta sebanyak 200 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate random sampling* menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* sebesar 5% sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 133 siswa. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* versi 4.0. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari analisis *outer model* dan analisis *inner model*. Hasil perhitungan X1 terhadap Y menunjukkan bahwa skor *original sample* sebesar 0.393 dan *t-statistic* sebesar $2.970 > 1.978$ serta nilai *p-value* sebesar $0.005 < 0.05$; kemudian untuk X2 terhadap Y diperoleh skor *original sample* 0.476 dan *t-statistic* sebesar $3.641 > 1.978$ serta nilai *p-value* sebesar $0.000 < 0.05$. Adapun hasil perhitungan F^2 dari variabel X1 terhadap Y diperoleh skor F^2 sebesar 0.195 dan untuk hasil perhitungan variabel X2 terhadap Y diperoleh skor F^2 sebesar 0.286. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya Media Sosial dan Lingkungan Keluarga secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta.

Kata Kunci: Media Sosial, Lingkungan Keluarga, Minat Berwirausaha.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the results of the Effect of Social Media and Family Environment on Entrepreneurial Interest of Class XII Students of SMK Negeri 8 Jakarta. This study uses a survey method with a quantitative approach. The population in this study were active students of class XII of SMK Negeri 8 Jakarta as many as 200 respondents. The sampling technique used proportionate random sampling using the Slovin formula with a margin of error of 5% so that the sample in this study amounted to 133 students. The data analysis technique used in this study uses SmartPLS version 4.0 software. The data analysis technique used consists of outer model analysis and inner model analysis. The results of the calculation of X1 on Y show that the original sample score is 0.393 and the t-statistic is $2.970 > 1.978$ and the p-value is $0.005 < 0.05$; then for X2 on Y, the original sample score is 0.476 and the t-statistic is $3.641 > 1.978$ and the p-value is $0.000 < 0.05$. The results of the calculation of F^2 from variable X1 on Y obtained an F^2 score of 0.195 and for the results of the calculation of variable X2 on Y obtained an F^2 score of 0.286. So it can be concluded that Social Media and Family Environment simultaneously have a significant effect on Entrepreneurial Interest of Class XII Students of SMK Negeri 8 Jakarta.

Keywords: Social Media, Family Environment, Entrepreneurial Interest.

Pendahuluan

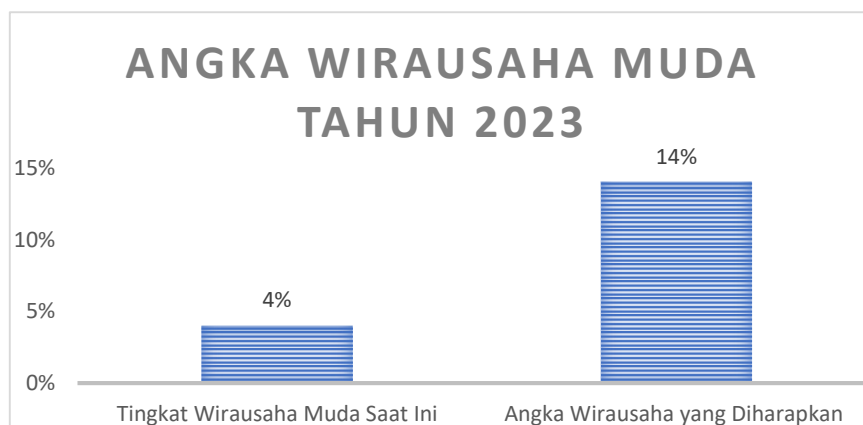
1.1 Latar Belakang Penelitian

Di dalam era global 4.0, media sosial adalah komunikasi yang paling trend pada saat ini. Perkembangan dunia teknologi yang sudah semakin inovatif di era ini terbukti telah memberikan dampak positif maupun negatif terhadap masyarakat, khususnya para generasi muda. Salah satu dampak yang ditimbulkan adalah kecanduan bermain media sosial yang

hanya menerima konten-konten tidak bermanfaat dan akhirnya membuat populasi penggunaan media sosial tidak semakin maju. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial perlu dilakukan dengan sebaik mungkin agar dapat membantu dari pengguna media sosial itu sendiri.

Pada saat ini diketahui *entrepreneur* di negara Indonesia masih menyentuh angka yang terbilang rendah. Pasalnya wirausahawan muda saat ini hanya menyentuh di angka 4%, sedangkan agar dapat mengoptimalkan perbaikan ekonomi setidaknya butuh angka sebesar 14% wirausaha (Wahyuti, 2023). Oleh karena itu, di tahun 2023 pemerintah Indonesia menaikkan jumlah penyaluran kredit usaha rakyat (KUR) sebesar Rp 450 triliun dari jumlah sebelumnya sebesar Rp 373 triliun. Adapun alasan yang mendorong peningkatan penyaluran kredit tersebut salah satunya yaitu adanya KUR Super Mikro yang ditujukan kepada pengusaha milenial, UMKM muda, atau anak muda yang baru memulai usaha (Moerdijat, 2023).

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)



Gambar 1. 1 Angka Wirausaha Muda Tahun 2023

Dengan adanya hal tersebut sungguh mengkhawatirkan dikarenakan akan membahayakan kestabilan ekonomi yang berada pada yang akan datang. Oleh karena itu, wirausaha baru yang ingin memulai sangat membantu salah satu faktor dari perekonomian yang dikatakan masih jauh dari kestabilan ekonomi, hal tersebut menyangkut angka wirausaha yang diharapkan dengan sebesar 14% dari seluruh populasi. Selanjutnya dengan adanya pertumbuhan para wirausaha baru, khususnya para wirausaha milenial bermanfaat untuk mereka dalam membentuk pribadi yang lebih tangguh, unggul, serta tidak merugikan orang di lingkungan sekitarnya (William et al., 2019).

Menurut (Wibowo et al., 2021), pengertian minat berwirausaha adalah sebuah kemampuan seseorang dalam memberanikan diri agar dapat memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan suatu masalah di dalam kehidupan, salah satu caranya yaitu dengan memajukan

bisnis atau menciptakan bisnis yang baru dengan kesanggupan yang ada di dalam diri sendiri. Salah satu tujuan kewirausahaan dalam perekonomian nasional adalah menciptakan sejumlah tenaga kerja baru (Pratama, 2019). Dengan semakin banyaknya lowongan pekerjaan yang tersedia, diharapkan mampu memberikan kontribusi positif dalam menekan angka pengangguran dan diharapkan dapat memperbanyak lapangan pekerjaan yang tersedia (Pangesti, 2022).

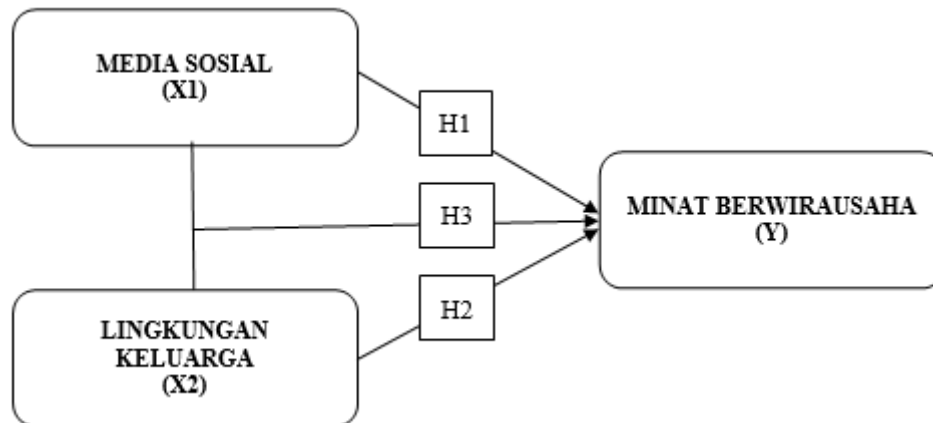
Adapun faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha menurut Yudi Siswadi di dalam (Kumara, 2020) menyatakan faktor internal terdapat motivasi, prestasi dan kepribadian sedangkan faktor eksternal terdapat keluarga dan lingkungan/media sosial dan pembelajaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Sejalan dengan pendapat ahli di atas, menurut Slameto & Suratno di dalam (Suratno et al., 2020) menyatakan faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha diantaranya berupa kelengkapan sarana dan prasarana, pergaulan dengan orang tua, persepsi masyarakat terhadap suatu objek serta latar belakang sosial budaya, pengetahuan kewirausahaan, media sosial, dan motivasi berwirausaha.

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Tabel 1. 1 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

No	Faktor yang mempengaruhi Minat Berwirausaha	Ya (%)	Tidak (%)
1.	Media Sosial	95,5%	4,5%
2.	Lingkungan Keluarga	92,5%	7,5%
3.	Prestasi	92%	8%
4.	Kepribadian	87,5%	12,5%
5.	Motivasi	85,5%	14,5%

Menurut hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Gustina et al., 2022), (Indraswati et al., 2021), (Aputra et al., 2022) menunjukkan bahwasanya semakin tinggi seseorang dalam memakai media sosial, semakin tinggi pula pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut sejalan dengan wawancara singkat yang peneliti lakukan kepada peserta didik kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta, peneliti menemukan sebagian besar bahwasanya media sosial dan lingkungan keluarga dapat berpengaruh lebih besar untuk menarik minat dalam berwirausaha, sehingga pengalaman yang sudah dilihat sendiri oleh peserta didik dapat dirasakan langsung oleh mereka.

Kerangka Konseptual

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

1.2 Tinjauan Pustaka**Minat Berwirausaha**

Menurut (E. S. Rahayu et al., 2019), minat merupakan sebuah rasa keterarikan dan keinginan yang besar terhadap sesuatu hal yang terdiri dari rasa senang, harapan, dan keinginan, yang timbul dari kemauan dan kecenderungan lain yang mengantarkan individu pada suatu pilihan. Menurut Evaliana dalam (Khairinal et al., 2022), Minat sebenarnya bisa bersumber dari dalam diri seseorang yaitu jiwa keinginan internal suatu individu dan bisa juga dari eksternal diri individu, dengan bantuan beberapa pengaruh salah satunya yaitu dari lingkungan keluarga.

Menurut (L. Indriyani & Margunani, 2019), wirausaha didefinisikan sebagai sebuah perilaku, jika seseorang memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha, maka orang tersebut memiliki minat atau keinginan untuk menjadi seorang wirausaha. Siapapun yang memiliki minat untuk berwirausaha akan merasa mampu untuk mengatasi berbagai risiko yang akan ditemui, sebab mereka menyadari bahwa untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses, mereka harus sanggup menghadapi segala risiko (Ningsih & Nurrahmah, 2020).

Menurut Chong dalam (Hamdani & Sari, 2023), minat berwirausaha merupakan sebuah motivasi untuk mendapatkan peluang sekuat tenaga agar mampu menciptakan suatu usaha dengan kemampuan yang dimiliki individu sehingga bersedia dalam menghadapi resiko-resiko yang ada. Peluang yang telah ditemukan kemudian diwujudkan dalam bentuk inovasi sehingga dapat memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada (Yasin, 2022).

Lingkungan Keluarga

Menurut Rutgers dalam (Kristijanto, 2019), lingkungan keluarga adalah lingkungan yang pertama kali memperkenalkan pola pikir pada seseorang dan dapat memprediksi kebutuhan manusia termasuk di dalam pemikiran tentang berbisnis. Dalam hal tersebut, peneliti lain juga beranggapan seperti demikian, karena bahwasanya menurut Utami dalam (Latip et al., 2023), lingkungan keluarga diidentifikasi dengan tempat utama dan awal yang menentukan tumbuh kembang seseorang yang dipengaruhi oleh metode masing-masing anggota keluarga mendidik, interaksi antar anggota keluarga, suasana di dalam rumah, perhatian orang tua, hingga keadaan ekonomi keluarga.

Menurut Brannen dalam (Salami, 2019), lingkungan keluarga merupakan salah satu wadah berlangsungnya dimana proses-proses utama kehidupan individu dapat terjadi, sehingga keluarga merupakan institusi pertama dan utama dalam pengembangan sumber daya manusia. Sejalan dengan identifikasi diatas, menurut Anand & Meftahudin dalam (Saputra, 2022) lingkungan keluarga adalah sebuah wadah untuk melatih dan mengasah karakter manusia serta dapat digunakan sebagai modal untuk seorang manusia dalam menyalurkan minatnya di masa depan.

Selanjutnya menurut Greenhow dalam (Suharto et al., 2022), Yang lingkungan keluarga apabila diidentifikasi berisi bagian penting dari sebuah perkembangan seseorang yang dapat mempengaruhi atau berpengaruh terhadap kelompok untuk mengambil keputusan dan merubah perilakunya. Berbeda dengan peneliti diatas, menurut (Harahap et al., 2023) lingkungan keluarga merupakan suatu tempat yang terdekat dengan individu serta merupakan lingkungan yang memiliki dampak terbesar bagi perkembangan masa depannya.

Media Sosial

Menurut Eswanto Sugeng & Siti Laela dalam (Aputra et al., 2022), media sosial didefinisikan sebagai salah satu platform dengan faktor yang menunjang kegiatan pada saat berbisnis pada saat modern seperti ini, oleh karena itu sosial media juga dapat memberikan efek terobosan yang merubah pola fikir para pelaku wirausaha serta menjadi sarana dalam mencari calon pembeli.

Sesuai dengan pengertian diatas bahwasanya menurut Firman & Putra dalam (A. N. P. Salsabila & Wibowo, 2023) media sosial didefinisikan sebagai sebuah platform online yang dapat membantu seseorang atau sekelompok dalam melakukan interaksi, berbagi ide, serta berbisnis dengan dapat terhubung dengan orang lain yang tentunya dengan cakupan di mancanegara.

Sesuai dengan pengertian diatas bahwasanya menurut Firman & Putra dalam (A. N. P. Salsabila & Wibowo, 2023) media sosial didefinisikan sebagai sebuah platform online yang dapat membantu seseorang atau sekelompok dalam melakukan interaksi, berbagi ide, serta berbisnis dengan dapat terhubung dengan orang lain yang tentunya dengan cakupan di mancanegara. Pada hakikatnya telah banyak diakui bahwasanya pemanfaatan media sosial dalam dunia wirausaha cukup penting, sebagaimana media sosial dalam berwirausaha dapat digunakan untuk memahami pendapat atau umpan balik dari pelanggan terhadap produk dan jasa (Mallios et al., 2023).

Menurut Indroworo dalam (Aisyah et al., 2023), media sosial merupakan sebuah hal sering kita temui di dalam kehidupan sehari-hari, oleh karena itu setiap hari individu maupun kelompok dapat menggunakan sosial media untuk berinteraksi mulai dari kegiatan bisnis, pendidikan, dan lain-lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Measurement Model Analysis (Outer Model)

1. *Covergent Validity*

Melalui hasil uji *outer model* pada tahap penilaian *convergent validity* nilai *loading factor* yang diharapkan adalah sebesar > 0.170 agar dapat dikatakan valid. Apabila hasil yang diperoleh sebesar > 0.170 maka dapat dinyatakan bahwa hubungan antara indikator dengan konstruksya adalah valid.

	Media Sosial (X1)	Lingkungan Keluarga (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X1.1	0.588		
X1.2	0.628		
X1.3	0.442		
X1.4	0.591		
X1.5	0.414		
X1.6	0.580		
X1.7	0.729		
X1.8	0.584		
X1.9	0.677		
X1.10	0.770		
X1.11	0.698		
X1.12	0.675		
X2.1		0.760	
X2.2		0.792	
X2.3		0.480	
X2.4		0.672	
X2.5		0.780	
X2.6		0.597	
X2.7		0.867	
X2.8		0.786	
X2.9		0.617	
X2.10		0.677	
X2.11		0.638	
X2.12		0.667	
Y1			0.848
Y2			0.725
Y3			0.524
Y4			0.768
Y5			0.823
Y6			0.659
Y7			0.785
Y8			0.825
Y9			0.584
Y10			0.799
Y11			0.846
Y12			0.620
Y13			0.816
Y14			0.842
Y15			0.701

2. *Discriminant Validity*

Di dalam pengukuran discriminant validity memiliki persyaratan bahwa suatu konstruk yang berbeda tidak memiliki korelasi yang kuat ditandai dengan skor < 0.9. Cara mengetahuinya adalah dengan mengujinya menggunakan indikator reflektif. Disamping itu terdapat tiga perhitungan lain yang juga dijalankan guna memperkuat hasil uji discriminant validity tersebut, yakni perhitungan HTMT, fornell larcker, dan cross loading.

Discriminant Validity HTMT

	Media Sosial (X1)	Lingkungan Keluarga (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X1			
X2	0.860		
Y	0.822	0.817	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Discriminant Validity Fornell Larcker

	Media Sosial (X1)	Lingkungan Keluarga (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X1	0.763		
X2	0.759	0.782	
Y	0.754	0.774	0.751

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Discriminant Validity Loading Factor

	Media Sosial (X1)	Lingkungan Keluarga (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X1.1	0.588	0.419	0.421
X1.2	0.628	0.411	0.450
X1.3	0.442	0.440	0.393
X1.4	0.591	0.514	0.394
X1.5	0.414	0.239	0.233
X1.6	0.580	0.434	0.417
X1.7	0.729	0.711	0.595
X1.8	0.584	0.355	0.431
X1.9	0.677	0.496	0.483
X1.10	0.770	0.556	0.647
X1.11	0.698	0.477	0.502
X1.12	0.675	0.494	0.515
X2.1	0.554	0.760	0.663
X2.2	0.604	0.792	0.583
X2.3	0.479	0.480	0.343
X2.4	0.462	0.672	0.339
X2.5	0.590	0.780	0.512
X2.6	0.511	0.597	0.473
X2.7	0.557	0.867	0.613
X2.8	0.595	0.786	0.616
X2.9	0.557	0.617	0.495
X2.10	0.481	0.677	0.608
X2.11	0.397	0.638	0.537
X2.12	0.595	0.667	0.566
Y1	0.620	0.651	0.848
Y2	0.646	0.624	0.725
Y3	0.475	0.496	0.524
Y4	0.521	0.493	0.768
Y5	0.507	0.521	0.823
Y6	0.562	0.583	0.659
Y7	0.495	0.526	0.785
Y8	0.619	0.625	0.825
Y9	0.459	0.497	0.584
Y10	0.644	0.724	0.799
Y11	0.648	0.624	0.846
Y12	0.435	0.434	0.620
Y13	0.542	0.562	0.816
Y14	0.632	0.715	0.842
Y15	0.573	0.503	0.701

3. Composite Reliability

Composite reliability digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektifnya. Pengujian reliabilitas dilaksanakan untuk mengetahui tingkat konsistensi, tingkat keakuratan, dan tingkat presisi suatu instrumen dalam pengukuran sebuah konstruk penelitian. Skor yang harus dipenuhi dalam pengujian *composite reliability* atau disebut juga reliabilitas konstruk harus lebih besar dari 0.7.

Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Media Sosial (X1)	0.852	0.881	0.518
Lingkungan Keluarga (X2)	0.904	0.919	0.523
Minat Berwirausaha (Y)	0.943	0.950	0.564

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

B. Stuctural Model Analysis (Inner Model)

1. R-Square (R^2)

Beberapa kriteria dari variasi tersebut yakni: kuat (nilai *R-Square* = 0.67), moderat (nilai *R-Square* = 0.33), dan lemah (nilai *R-Square* = 0.19). Hasil R^2 yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	0.664	0.657	Sedang (<i>Moderat</i>)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

2. F-Square (F^2)

F^2 prosedur dilaksanakan untuk mengetahui perubahan nilai R^2 pada suatu konstruk endogen dan dapat memberikan gambaran terhadap dampak relatif dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai *Effect Size* atau F^2 tergolong menjadi tiga kriteria yakni: kategori kecil (nilai $F^2 = 0.02$), kategori moderat (nilai $F^2 = 0.15$), dan kategori besar (nilai $F^2 = 0.35$). Hasil F^2 yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

	Media Sosial (X1)	Lingkungan Keluarga (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
Media Sosial (X1)			0.195
Lingkungan Keluarga (X2)			0.286
Minat Berwirausaha (Y)			

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

C. Hypotesis Test

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P-Values
Media Sosial -> Minat Berwirausaha	0.393	0.387	0.132	2.970	0.003
Lingkungan Keluarga -> Minat Berwirausaha	0.476	0.491	0.131	3.641	0.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

H1: Terdapat pengaruh signifikan antara Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta

Melalui hasil perhitungan *path coefficients* pada tabel uji hipotesis *bootstrapping*, diperoleh nilai *Original Sampel* sebesar 0.393 dari variabel Media Sosial (X1) terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y), kemudian untuk nilai *T-Statistics* sebesar $2.970 > 1.978$ dan untuk nilai *P-Value* sebesar $0.003 < 0.05$. Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan variabel Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta atau H1 diterima.

H2: Terdapat pengaruh signifikan antara Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta

Melalui hasil perhitungan *path coefficients* pada tabel uji hipotesis *bootstrapping*, diperoleh nilai *Original Sampel* sebesar 0.476 dari variabel Lingkungan Keluarga (X2)

terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y), kemudian untuk nilai *T-Statistics* sebesar $3.641 > 1.978$ dan untuk nilai *P-Value* sebesar $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan variabel Lingkungan Keluarga berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta atau H2 juga diterima.

H3: Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta

Melalui hasil perhitungan *path coefficients* pada tabel uji hipotesis *bootstrapping*, diperoleh hasil yang cukup memuaskan bahwa variabel Media Sosial (X1) dan variabel Lingkungan Keluarga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) siswa kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta. Melalui perhitungan *F-Square* diperoleh skor sebesar 0.195 dari pengaruh variabel Media Sosial (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) dan skor sebesar 0.286 dari pengaruh variabel Lingkungan Keluarga (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

1.3 Diskusi Penelitian

Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Melalui hasil perhitungan *path coefficients* pada tabel uji hipotesis *bootstrapping*, diperoleh nilai *Original Sampel* sebesar 0.393 dari variabel Media Sosial (X1) terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y), kemudian untuk nilai *T-Statistics* sebesar $2.970 > 1.978$ dan untuk nilai *P-Value* sebesar $0.003 < 0.05$. Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan variabel Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta atau H1 diterima.

Sejalan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh (Widiati & Warganegara, 2022) (Husain, 2022) (Suharto et al., 2022) bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Untuk melakukan ini, Anda perlu menggunakan media sosial untuk melibatkan siswa dan memicu minat terhadap bisnis Anda.

Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha

Melalui hasil perhitungan *path coefficients* pada tabel uji hipotesis *bootstrapping*, diperoleh nilai *Original Sampel* sebesar 0.476 dari variabel Lingkungan Keluarga (X2) terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y), kemudian untuk nilai *T-Statistics* sebesar $3.641 >$

1.978 dan untuk nilai P-Value selbelsar $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa hipotelsis kedua yang menyatakan variabel Lingkungan Keluarga belrpelngaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta atau H2 juga diterima.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfan & Andriansyah, 2022) tentang pengaruh variabel lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mempunyai pengaruh langsung yang positif dan signifikan dengan koefisien analisis jalur sebesar 0,168 dan p-value sebesar 0,033. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Usman & Ukhfiya, 2021), (I. Indriyani & Subowo, 2019) menemukan bahwa lingkungan keluarga dapat membentuk minat siswa untuk melakukan hal yang disukainya, seperti menjalankan bisnis impiannya.

Pengaruh Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha

Melalui hasil pelrhitungan path coefficientnts pada tabell uji hipotelsis bootstrapping, dipelroleh hasil yang cukup memuaskan bahwa variabel Media Sosial (X1) dan variabel Lingkungan Keluarga (X2) selcara simultan berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha (Y) siswa kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta. Melalui perhitungan F-Squarel diperoleh skor selbelsar 0.195 dari pelngaruh variabel Media Sosial (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) dan skor sebesar 0.286 dari pelngaruh variabel Lingkungan Keluarga (X2) telrhadao Minat Berwirausaha (Y). Kemudian dapat dilihat pula pada hasil koefisien deltelrminasi atau nilai R2 pada variabel Minat Berwirausaha yang ditemukan hasil sebesar 0.664 sehingga dapat penelliti simpulkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 66.4% antara variabel Media Sosial dan variabel Lingkungan Keluarga selcara bersama-sama terhadap variabel Minat Berwirausaha sedangkan 33.6% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belrada di luar model.

Sehingga dapat pelnelliti simpulkan bahwa variabel Media Sosial (X1) dan variabel Lingkungan Keluarga (X2) memiliki pelngaruh signifikan dalam taraf sedang (modelratel) terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y) siswa kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta maka hipotelsis keltiga atau H3 pada pelnellitian ini juga diterima.

1.4 Kesimpulan dan Rekomendasi

Setelah berbagai pembahasan yang telah diberikan pada bab sebelumnya terkait penelitian ini yang berjudul Pengaruh Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta yang peneliti lakukan terhadap 133 sampel responden menggunakan aplikasi SmartPLS sampailah pada bagian akhir penelitian ini yakni kesimpulan. Beberapa simpulan yang dapat ditarik di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama terdapat pengaruh signifikan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta, sehingga apabila terdapat pengaruh dari media sosial tinggi maka akan semakin tinggi juga tingkat minat berwirausaha siswa kelas XII untuk terjun ke dalam dunia berwirausaha, dan ini berlaku juga sebaliknya. Apabila terdapat pengaruh yang rendah dari media sosial maka hal tersebut dapat berdampak terhadap rendahnya tingkat keminatan berwirausaha siswa Kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta

Kedua pengaruh signifikan Lingkungan Keluarga terhadap minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta, sehingga apabila siswa kelas XII memiliki pengaruh dari lingkungan keluarga yang tinggi maka akan semakin tinggi pula tingkat siswa dalam berwirausaha dibandingkan dengan mereka yang rendah pengaruhnya dari lingkungan keluarga. Hubungan yang juga sama berlaku apabila tingkat pengaruh lingkungan keluarga rendah, maka hal tersebut akan berdampak pula terhadap minat bewirausaha Siswa Kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta

Ketiga pengaruh signifikan antara Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Siswa kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta, sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi pengaruh media sosial dan lingkungan keluarga akan semakin tinggi pula minat berwirausaha siswa kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta.

Penelitian ini sedikit banyaknya diharapkan dapat turut memberikan sumbangsih terhadap kebaruan ilmu yang bermanfaat bagi para guru dan akademisi khususnya di lingkungan SMK Negeri 8 Jakarta pada topik penelitian yang berkaitan dengan variabel media sosial, lingkungan keluarga, dan minat berwirausaha.

Selanjutnya siswa diharapkan dapat lebih meningkatkan rasa minat berwirausaha mereka dengan turut proaktif dalam mengikuti beberapa kegiatan sekolah yang dapat menumbuhkan rasa minat berwirausaha mereka seperti kegiatan berbisnis maupun kegiatan lainnya baik itu dalam bentuk seminar, pelatihan-pelatihan, maupun kegiatan lainnya yang berkaitan dengan berwirausaha.

Referensi

- Abdullah, P. M. (2015). Living in the world that is fit for habitation : CCI's ecumenical and religious relationships. In *Aswaja Pressindo*.
- 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. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131>
- Al Habib, J. (2014). Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2014 Yogyakarta, 15 November 2014 ISSN: 1979-911X. *Snast, November*, 211–216.
- Alfan, M., & Andriansyah, E. H. (2022). Impact of Income Expectations, Family Environment on Entrepreneurial Interests with Self-Efficacy as an Intervening Variable. *Prisma Sains : Jurnal Pengkajian Ilmu Dan Pembelajaran Matematika Dan IPA IKIP Mataram*, 10(3), 598. <https://doi.org/10.33394/j-ps.v10i3.5218>
- Amanda, J. (2018). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan latar belakang ekonomi keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa s1 universitas negeri yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(4), 354–366.
- Anggraeni, B., & Harnanik, H. (2015). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha siswa kelas xi smk islam nusantara comal kabupaten pemalang. *Dinamika Pendidikan*, 10(1), 42–52.
- Aputra, A., Sukmawati, & Aziz, N. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial, terhadap minat berwirausaha mahasiswa UKM kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *TATA KELOLA : Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 9(1), 106–125.
- Ariyani, H., K, H., Palilingan, R. A., Nugroho, H., Sarumi, R., Aji, R., Rahmawati, Rahmadani, P., Rubaya, A. K., Taswin, Devita, S., Oktavia, N., & Nursolihah, I. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KESEHATAN DAN STATISTIKA*. Global Eksekutif Teknologi. <https://books.google.co.id/books?id=dTDJEAAAQBAJ>

Asari, A., Anam, A. C., Litamahuputty, J. V, Dewadi, F. M., Prihastuty, D. R., & Syukrilla, W. A. (2023). *PENGANTAR STATISTIKA*. Mafy Media Literasi Indonesia.

<https://books.google.co.id/books?id=3ufGEAAAQBAJ>

Azzahra, A. C., & Yohana, C. (2023). The Effect of Income Expectations , Entrepreneurial Knowledge , and Social Media Use on Entrepreneurial Interests (Case Study of Students of the Faculty of Economics , Jakarta State Universit. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(3).

Barton, N., Caicedo, A. E., Fuchs, G., Hamkins, J. D., Reitz, J., & Schindler, R. (2020). Inner-model reflection principles. *Studia Logica*, 108(3), 573–595.

Bernard, H. R. (2017). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. Rowman & Littlefield.

Borchert, M. (2002). *Career choice factors of high school students*.

BPS. (2023). Catalog : 1101001. In *Statistik Indonesia 2023* (Vol. 1101001, p. 790).

<https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>

Christina Menuk Sri Handayani, Tony Susilo Wibowo, & Tri Ari Prabowo. (2020). Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen. *Majalah Ekonomi*, 25(2), 110–121.

<https://doi.org/10.36456/majeko.vol25.no2.a2941>

Cooper, L., & Fry, K. F. (2020). The Relationship between Classroom Environment and Student Course Attrition and Perceptions of Engagement. *Journal of Learning Spaces*, 9(2), 93–102.