

PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Yoga Alviandra Anom¹

Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

thesabretooth03@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of TikTok social media and family environment on the entrepreneurial interest of students in the Office Administration Education Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta. The research background stems from the phenomenon of low entrepreneurial interest among students, despite the increasing exposure to entrepreneurial information through TikTok and the growing support from families. This study employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 110 students from the 2021 and 2022 cohorts selected through proportionate random sampling. The research instrument was a Likert-scale questionnaire that had been tested for validity and reliability. Data were analyzed using prerequisite tests, simple linear regression, and multiple linear regression. The results indicate that: (1) TikTok social media has a positive and significant effect on entrepreneurial interest, as evidenced by a t value of 7,303 with a significance level < 0.001 and the regression equation $Y = 15.287 + 0.575X_1$; (2) the family environment also has a positive and significant effect, with a t value of 9,505 and a significance level < 0.001 through the regression equation $Y = 11.338 + 0.675X_2$; and (3) both variables simultaneously have a significant influence, as shown by an F value of 47.101 > 3.08 with a significance level < 0.001 . The coefficient of determination (R^2) of 0.468 indicates that TikTok and family environment explain 46.8% of the variation in students' entrepreneurial interest, while the remaining 53.2% is influenced by other factors. This study concludes that the utilization of TikTok as a source of entrepreneurial information and strong family support play an important role in increasing students' entrepreneurial interest, with the family environment being the most dominant factor.

Keywords: TikTok Social Media, Family Environment, Entrepreneurial Interest.

Abstrak

lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Latar belakang penelitian berangkat dari fenomena rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, meskipun paparan informasi kewirausahaan melalui TikTok dan dukungan keluarga terus meningkat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel berjumlah 110 mahasiswa angkatan 2021 dan 2022 yang dipilih melalui teknik proportionate random sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner berskala Likert telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan melalui uji prasyarat, regresi linier sederhana, dan regresi linier berganda. Hasil

Article history

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

penelitian menunjukkan bahwa: (1) media sosial TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dibuktikan dengan nilai t hitung $7,303 < 0,001$ dan persamaan regresi $Y = 15,287 + 0,575X_1$; (2) lingkungan keluarga juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung $9,505 < 0,001$ melalui persamaan $Y = 11,338 + 0,675X_2$; (3) kedua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, ditunjukkan oleh nilai F hitung $47,101 > 3,08$ dan signifikansi $< 0,001$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,468 menunjukkan bahwa variabel TikTok dan lingkungan keluarga menjelaskan 46,8% variasi minat berwirausaha mahasiswa, sementara 53,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai sumber informasi kewirausahaan serta dukungan keluarga yang baik berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Lingkungan keluarga menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi minat berwirausaha.

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

1. Pendahuluan

Kewirausahaan menjadi salah satu penggerak utama sekaligus solusi untuk menghadapi tantangan di sektor bisnis dan ekonomi. Peran kewirausahaan sangat signifikan dalam mendorong pertumbuhan sosial dan ekonomi suatu negara. Melalui kewirausahaan, banyak peluang kerja dapat tercipta, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat serta memperkuat daya saing negara di kancah global. Menurut Badan Pusat Statistik di Indonesia, statistik dan laporan resmi menunjukkan bahwa meskipun jumlah pelaku usaha bertambah, rasio wirausaha terhadap total populasi atau angkatan kerja masih tergolong rendah jika dibandingkan target pembangunan dan beberapa negara lain. Data survei karakteristik usaha dan ringkasan statistik menunjukkan dinamika jumlah usaha (wirausaha pemula dan mapan), namun angka partisipasi kewirausahaan (proporsi penduduk yang aktif berwirausaha) masih menjadi perhatian pembuat kebijakan karena belum mencapai level yang diharapkan untuk menopang penyerapan tenaga kerja dan penciptaan nilai tambah ekonomi.

Rendahnya minat berwirausaha semakin terlihat pada kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa yang seharusnya menjadi potensi utama lahirnya wirausahawan baru. Sejumlah penelitian di lingkungan perguruan tinggi mengungkapkan bahwa sebagian besar mahasiswa cenderung lebih memilih bekerja di sektor formal setelah menyelesaikan studi dibandingkan merintis usaha sendiri. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain keterbatasan pengetahuan praktis kewirausahaan, tingginya persepsi terhadap risiko kegagalan, keterbatasan modal awal, serta kurangnya pengalaman dalam praktik berusaha. Selain itu, temuan empiris menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi belum sepenuhnya mampu menumbuhkan kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha (Gelion & Djakasaputra, 2024).

Perkembangan teknologi informasi yang pesat, disertai dengan meningkatnya akses internet dan penggunaan media sosial di Indonesia, membuka peluang yang luas bagi generasi muda untuk merintis usaha secara mandiri. Data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2020 menunjukkan bahwa jumlah penduduk muda di Indonesia mencapai sekitar 64,50 juta jiwa, yang merupakan angka signifikan. Besarnya jumlah pemuda tersebut dapat menjadi potensi kekuatan pembangunan, namun sekaligus dapat menjadi tantangan apabila tidak diiringi dengan penyiapan dan pemberdayaan yang optimal untuk menghadapi masa depan.

Peran media sosial dalam membentuk pengetahuan, sikap, dan niat berwirausaha semakin menjadi perhatian dalam kajian akademik, seiring dengan kemampuan platform digital dalam

menyebarkan informasi praktis, model bisnis berskala mikro, serta contoh wirausahawan pemula secara cepat. *Platform* berbasis video pendek, seperti TikTok, secara khusus memungkinkan distribusi konten kewirausahaan berupa tutorial, kisah sukses, dan strategi pemasaran yang mudah dipahami oleh generasi muda. Kondisi ini berpotensi meningkatkan tingkat kesadaran dan minat berwirausaha. Meskipun demikian, kajian empiris yang menjelaskan mekanisme pengaruh media sosial tersebut baik melalui eksposur konten, proses peniruan (*modeling*), pembelajaran sosial, maupun pembentukan sikap masih terus berkembang. Sejumlah penelitian terbaru menunjukkan adanya hubungan positif antara penggunaan media sosial dan niat berwirausaha pada kalangan pelajar, mahasiswa, serta pekerja muda (Md.Salamun Rashidin, 2025).

Di samping itu, lingkungan keluarga merupakan salah satu determinan utama dalam pembentukan niat berwirausaha. Berbagai bentuk dukungan keluarga, baik berupa dukungan moral, finansial, maupun pengalaman kewirausahaan orang tua, berperan dalam meningkatkan kepercayaan diri (*self-efficacy*) serta persepsi kelayakan (*feasibility*) untuk memulai usaha, sehingga berhubungan positif dengan niat berwirausaha. Sejumlah penelitian internasional juga menegaskan bahwa pengaruh keluarga dapat berlangsung secara langsung, seperti melalui keteladanan orang tua yang berwirausaha, maupun secara tidak langsung melalui dukungan psikologis dan akses terhadap modal informal. Dalam banyak kasus, faktor keluarga bahkan berfungsi sebagai variabel mediasi atau moderasi terhadap pengaruh faktor-faktor lain dalam membentuk niat berwirausaha. (Chauhan et al., 2024).

2. Tinjauan Pustaka

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan dorongan keinginan dan ketertarikan individu yang disertai dengan kesiapan untuk bekerja keras serta memiliki kemauan kuat dalam memenuhi kebutuhan hidup melalui penciptaan usaha baru, tanpa rasa takut terhadap risiko yang mungkin dihadapi, serta memiliki sikap terbuka untuk belajar dari setiap kegagalan dalam proses kewirausahaan (Rahmawati and Zamroni, 2019). Indikator minat berwirausaha Menurut Sutanto dalam (Dewi, 2019): 1. Perasaan senang. 2. Ketertarikan. 3. Perhatian. 4. Keterlibatan.

Media Sosial TikTok

TikTok adalah aplikasi yang dibuat oleh seorang yang berasal dari Tiongkok yaitu Zhang Yiming. Pada September 2016, perusahaan asal Tiongkok, *ByteDance*, meluncurkan aplikasi video pendek bernama Douyin. Dalam kurun waktu satu tahun sejak peluncurannya, Douyin berhasil meraih sekitar 100 juta pengguna aktif dengan total tayangan video mencapai satu miliar per hari. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan dan popularitas aplikasi tersebut, *ByteDance* kemudian melakukan ekspansi ke pasar global dengan memperkenalkan Douyin menggunakan nama baru yang lebih dikenal secara internasional, yaitu TikTok. TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik, menarik dan bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini. Selain untuk membuat video pendek, aplikasi ini juga dapat digunakan untuk promosikan bisnis pada para konsumen dengan menggunakan fitur aplikasi TikTok yaitu *live streaming* Dwi Aris, (2021). Penggunaan media sosial menurut Rasyidah (2017) memiliki empat indikator diantaranya; 1. Alokasi waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial. 2. Banyaknya akun yang dimiliki. 3. Kegunaan media sosial. 4. Dampak yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial.

Lingkungan Keluarga

Menurut Febiola, Gusteti, & Ermawati (2022) lingkungan keluarga adalah kelompok terkecil yang ada di masyarakat dan merupakan lingkungan pertama yang dapat memberikan pengaruh untuk perkembangan dan tingkah laku anak. Menurut (Suprpti & Muhammad, 2022) keluarga merupakan tempat aktivitas utama dalam kehidupan seseorang selama hidupnya, sehingga

keluarga menjadi organisasi pertama dan utama dalam pembangunan sumber daya manusia. Menurut L. Indriyani & Margunani (2018) dalam (Rachmawati & Subroto, 2022) berikut ini merupakan indikator-indikator yang dapat mempengaruhi lingkungan keluarga, diantaranya: 1. Pengertian orang tua. 2. Cara orang tua mendidik. 3. Suasana rumah. 4. Kondisi ekonomi keluarga.

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian. Menurut Creswell (2014), penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk menguji teori secara objektif melalui pengujian hubungan antarvariabel. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

Lokasi Penelitian

Universitas Negeri Jakarta, Jl. R.Mangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220.

Populasi dan Sampel

Populasi

Total populasi pada penelitian ini adalah 150 mahasiswa. Karena pada penelitian ini menggunakan *proportionate stratified sampling* maka seluruh populasi dijadikan sampel yaitu 110.

Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling, yaitu teknik penentuan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Adapun metode probability sampling yang diterapkan adalah proportionate stratified sampling, yakni teknik pengambilan sampel pada populasi yang tidak homogen dengan cara membagi populasi ke dalam beberapa strata, kemudian melakukan pengambilan sampel secara acak dari setiap strata sesuai dengan proporsi masing-masing.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proportionate stratified sampling*.

Penentuan Jumlah Sampel

Peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan yang digunakan dalam menentukan sampel yang akan dipilih sebesar 5% karena peneliti tidak mungkin memperoleh hasil yang sempurna 100%.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Media Sosial TikTok (x ¹)	Item X1.1	0,242	0,593	Valid
	Item X1.2	0,242	0,523	Valid
	Item X1.3	0,242	0,555	Valid
	Item X1.4	0,242	0,411	Valid
	Item X1.5	0,242	0,522	Valid
	Item X1.6	0,242	0,452	Valid
	Item X1.7	0,242	0,606	Valid

	Item X1.8	0,242	0,544	Valid
	Item X1.9	0,242	0,400	Valid
	Item X1.10	0,242	0,518	Valid
Lingkungan Keluarga (x^2)	Item X2.1	0,242	0,506	Valid
	Item X2.2	0,242	0,470	Valid
	Item X2.3	0,242	0,457	Valid
	Item X2.4	0,242	0,344	Valid
	Item X2.5	0,242	0,415	Valid
	Item X2.6	0,242	0,493	Valid
	Item X2.7	0,242	0,462	Valid
	Item X2.8	0,242	0,525	Valid
	Item X2.9	0,242	0,411	Valid
	Item X2.10	0,242	0,484	Valid
Minat Berwirausaha (y)	Item Y1.1	0,242	0,450	Valid
	Item Y1.2	0,242	0,466	Valid
	Item Y1.3	0,242	0,462	Valid
	Item Y1.4	0,242	0,479	Valid
	Item Y1.5	0,242	0,615	Valid
	Item Y1.6	0,242	0,332	Valid
	Item Y1.7	0,242	0,506	Valid
	Item Y1.8	0,242	0,466	Valid
	Item Y1.9	0,242	0,378	Valid
	Item Y1.10	0,242	0,240	Tidak Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 29 butir pernyataan item dinyatakan valid dikarenakan nilai r hitung $>$ r tabel sedangkan teradapat 1 butir pernyataan yang tidak valid yaitu item Y1,10 karena r hitung $<$ r sehingga butir pernyataan yang tidak valid tersebut tidak digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	Batas Bawah Alpha	Keterangan
1	Media Sosial TikTok (X1)	0,826	0,60	Reliabel
2	Lingkungan Keluarga (X2)	0,787	0,60	Reliabel
3	Minat Berwirausaha (Y)	0,771	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas semua item pernyataan dari keseluruhan variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $>$ 0,60, maka semua item pernyataan kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Standardized Residual	.089	110	.063	.973	110	.053
a. Lilliefors Significance Correction						

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas yang disajikan pada Tabel 4.9, diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sebesar 0,063, yang lebih besar dari nilai alpha ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

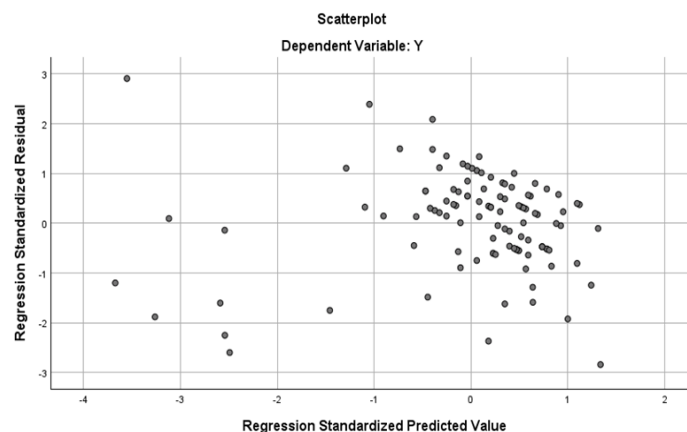
No	Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Media Sosial TikTok (X1)	0,453	2,207	Tidak terjadi multikolinearitas
2	Lingkungan Keluarga (X2)	0,453	2,207	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai VIF variabel media sosial tiktok (x_1) sebesar 2,207, variabel dan Lingkungan Keluarga (x_2) sebesar 2,207. Nilai tersebut < 10 yang artinya bahwa variabel media sosial tiktok dan lingkungan keluarga terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan grafik scatterplot yang ditampilkan, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Pola sebaran tersebut menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dinyatakan layak untuk memprediksi minat berwirausaha berdasarkan variabel media sosial TikTok dan lingkungan keluarga.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.336	2.201		4.696	<,001
	Media Sosial TikTok	.148	.093	.167	1.598	.113
	Lingkungan Keluarga	.520	.099	.551	5.262	<,001

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil analisis penelitian pada tabel 4., diperoleh koefisien sehingga dapat dibentuk persamaan $Y = 10,336 + 0,167X_1 + 0,551X_2 + e$. Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat di jelaskan sebagai berikut:

Konstanta sebesar 10,336 bertanda positif memberikan arti bahwa apabila Media Sosial TikTok (X_1) dan Lingkungan Keluarga (X_2) diasumsikan = 0 maka Minat Berwirausaha (Y) Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran sebesar 10,336.

Koefisien regresi variabel Media Sosial TikTok (X_1) sebesar 0,167 bertanda positif dapat diartikan bahwa Media Sosial TikTok berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa dengan setiap adanya penambahan Media Sosial TikTok maka akan terjadi penambahan Minat Berwirausaha sebesar 0,167.

Koefisien regresi variabel Lingkungan Keluarga (X_2) sebesar 0,551 bertanda positif dapat diartikan bahwa Lingkungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini menunjukkan dengan setiap adanya penambahan Lingkungan Keluarga maka akan terjadi penambahan Minat Berwirausaha sebesar 0,551.

e merupakan kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi yang disebabkan karena adanya kemungkinan variabel lain yang mempengaruhi variabel Minat Berwirausaha namun tidak dimasukkan dalam persamaan regresi.

Uji t(Uji Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji T(Uji Parsial)

Variabel	Sig. t	Keterangan
Media Sosial TikTok (X_1)	0,000	H0 ditolak Ha diterima

Lingkungan Keluarga (X2)	0,000	H0 ditolak Ha diterima
--------------------------	-------	---------------------------

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Uji t Variabel Media Sosial TikTok (X1)

Hasil perhitungan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel Media Sosial TikTok (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

2. Uji t Variabel Lingkungan Keluarga (X2)

Berdasarkan perhitungan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel Lingkungan Keluarga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (Uji Parsial)

Nama Uji	Sig.
Uji F	0,000

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan pada data tabel diatas tersebut bisa dilihat hasil pada pengujian tersebut memiliki nilai dengan sig. F sebesar $0,000 < 0,05$ maka artinya H0 ditolak dan Ha diterima, Sehingga dapat dikatakan bahwa Media Sosial TikTok (X1), dan Lingkungan Keluarga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,684	0,468	0,458

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0,468 atau 46,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh Media Sosial TikTok (X1) dan Lingkungan Keluarga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berwirausaha (Y) adalah sebesar 46,8% dan sisanya 53,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil deskripsi data penelitian, diketahui bahwa tingkat media sosial tiktok terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas negeri jakarta program studi pendidikan administrasi perkantoran termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial bahwa terdapat pengaruh secara signifikan media sosial tiktok terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas negeri jakarta program studi pendidikan administrasi perkantoran dengan masing-masing nilai diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $7,303 > 1,982$ dan nilai signifikansi 0,001. Dapat

disimpulkan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial tiktok maka akan berdampak pada meningkatnya minat berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan hasil deskripsi data penelitian, diketahui bahwa tingkat lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas negeri jakarta program studi pendidikan administrasi perkantoran termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial bahwa terdapat pengaruh secara signifikan media sosial tiktok terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas negeri jakarta program studi pendidikan administrasi perkantoran dengan masing-masing nilai diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $9,505 > 1,982$ dan nilai signifikansi 0,001. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi dukungan lingkungan keluarga maka akan berdampak pada meningkatnya minat berwirausaha mahasiswa.

Media Sosial TikTok dan Lingkungan Keluarga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran. Hal ini ditunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau $47,101 > 3,08$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau yang artinya terdapat pengaruh variabel media sosial tiktok (X_1) lingkungan keluarga (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha (Y). Kemudian, hasil pengujian koefisiensi determinasi secara simultan menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,468 atau 46,8%. Berarti dapat disimpulkan bahwa sebesar 46,8% minat berwirausaha mahasiswa ditentukan oleh media sosial tiktok dan lingkungan keluarga sedangkan sisanya 46,1 % dipengaruhi oleh varians variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ananda Asmara Tarigan (2022) yang berjudul Pengaruh Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Desa Bangun Purba, Kecamatan Bangun Purba, Kabupaten Deli Serdang. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, yang ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 9,067 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 0,2542 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, lingkungan keluarga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,662 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 0,2542 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selanjutnya, hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa media sosial dan lingkungan keluarga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bangun Purba. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 180,067 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,05 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial dan lingkungan keluarga memiliki peran penting dalam meningkatkan minat berwirausaha masyarakat Desa Bangun Purba.

5. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik serta paparan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa media sosial TikTok dan lingkungan keluarga memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh media sosial TikTok dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Media sosial TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas dan kualitas pemanfaatan TikTok sebagai sumber informasi, inspirasi, dan pembelajaran kewirausahaan, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk berwirausaha.

- b. Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dukungan keluarga, baik dalam bentuk dukungan moral, motivasi, pengalaman berwirausaha orang tua, maupun pemberian kepercayaan, terbukti mampu mendorong tumbuhnya minat berwirausaha pada mahasiswa.
- c. Media sosial TikTok dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara paparan informasi kewirausahaan melalui TikTok dan dukungan lingkungan keluarga yang kondusif dapat memperkuat minat mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adha, H. V., Tafonao, A., & Zebua, W. S. (2023). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nias Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 55-63.
- [2] Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 45-56.
- [3] Aisyah, W., Rahmani, B., & Hasibuan, R. (2023). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap perkembangan anak. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1), 45-55.
- [4] Alma, B. (2013). *Kewirausahaan* (Cet. ke-19). Bandung: Alfabeta.
- [5] Anggraeni, B., & Harnanik. (2015). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI SMK Islam Nusantara Comal Kabupaten Pematang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, 10(1), 42-52.
- [6] Aris, D. (2021). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media promosi bisnis. [Asmara Tarigan, A. (2022). Pengaruh media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha masyarakat Desa Bangun Purba Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(2), 112-124.
- [7] Basrowi. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha (Dikutip dalam penelitian Siti Juhariyah & Dewi Wahyuni, 2025). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- [8] Batsyeba, V., Wahono, P., & Rachmadania, R. F. (2024). Pengaruh TikTok sebagai platform online shop dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
- [9] Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- [10] Chauhan, S. (2024). Motivation, family support, and entrepreneurial intention: An extended Theory of Planned Behavior approach. *International Journal of Entrepreneurship Research*, 32(1), 101-120.
- [11] Chauhan, S., Chauhan, K., Singh, S., Mahlawat, S., & Kumar, V. (2024). Analyzing family support mediating role between motivational factors and sustainable entrepreneurial intentions: A study on university students. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 3(3), 100076. <https://doi.org/10.1016/j.stae.2024.100076>
- [12] Crow, L., & Crow, A. (1958). *Educational Psychology*. American Book Company.
- [13] Dewi, N. A. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok dan pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran.

Skripsi. Universitas Negeri Medan.

- [14] Endang, M., Zainal, A., & Chandra, A. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(1), 55-63.
- [15] Febiola, R., Gusteti, M., & Ermawati, E. (2022). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap perkembangan perilaku anak. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(3), 9123-9133.
- [16] Febiola, F., Gusteti, M., & Ermawati. (2022). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 233-247.
- [17] Ginting, M. (2024). Peran media sosial TikTok dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- [18] Gustina, M., Sumiati, A., & Mardi. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 145-158.
- [19] Hafsari, H. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok Shop terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Akuntansi FKIP UMSU. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- [20] Hapuk, K., Suwatno, & Machmud, A. (2020). Efikasi diri dan motivasi: sebagai mediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 59-69.
- [21] Hasbullah. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [22] Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017).
- [23] Hukum, J. P., & Hukum, J. P. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok. 3(1).
- [24] Indoworo, A. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku dan komunikasi remaja.
- [25] Indraswati, D., dkk. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Dasar Nusantara*, 7(2), 95-105.
- [26] Indriyani, L., & Margunani. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap hasil belajar siswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 299-305.
- [27] Julindrastuti, D., & Karyadi, I. (2023). Pengaruh motivasi dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(2), 89-98.
- [28] Juhariyah, S., & Wahyuni, D. U. (n.d.). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan sikap mandiri terhadap minat berwirausaha.
- [29] Kurnia, D (2019). PERAN MEDIASI SELF EFFICACY PENGARUH MOTIVASI BELAJAR TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA Oleh: KURNIA DEWI. VIII(01), 1-9.
- [30] Lesta, N. (2023). Pengaruh media sosial dan role model terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kota Jambi. Universitas Jambi.
- [31] Loan, N. T. (2024). Social media use, risk perception, and entrepreneurial intention: An extended TPB approach using GSEM. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Studies*, 18(1), 52-73.
- [32] Mahardika, D. B., Akbar, B., Falah, C., dkk. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha dengan efikasi diri sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Kewirausahaan*, 9(2), 120-135.

- [33] Mala, I. K., Pratikto, H., & Winarno, A. (2019). Pengaruh lingkungan keluarga dan pendidikan kewirausahaan terhadap efikasi diri serta implikasinya terhadap intensi berwirausaha peserta didik pondok pesantren. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 40-52.
- [34] Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365.
- [35] Mardta, H. (2022). Peran lingkungan keluarga dalam pendidikan anak. *Jurnal Edukasi dan Sosial*, 4(2), 120-130.
- [36] Mayfield, A. (2008). What is Social Media? iCrossing.
- [37] Mulyandi, & Puspitasari. (2018). Pengaruh media sosial terhadap perilaku mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- [38] Murniati, A., Sulisty, B., & Yudiono, M. (2019). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap perkembangan anak. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 11(2), 88-95.
- [39] Mukhtar, F. K., Siregar, D. P., & Armayanti, N. (2025). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran angkatan 2022 Universitas Negeri Medan.
- [40] Mulyandi, & Puspitasari. (2018). Pengaruh media sosial terhadap perilaku mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- [41] Murniati, A., Sulisty, B., & Yudiono, M. (2019). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap perkembangan anak. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 11(2), 88-95.
- [42] Ningsih, R., & Nurrahmah, A. (2020). Minat berwirausaha mahasiswa ditinjau dari self efficacy dan adversity quotient. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 4(2), 161-174. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2390>
- [43] Noviantoro, (2017). [Judul sumber lingkungan keluarga].
- [44] Pasaribu, R. M., & Lubis, P. K. D. (2024). Pengaruh media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha dengan efikasi diri sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 12(1), 33-49.
- [45] Pratiwi, R. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga dan motivasi terhadap prestasi belajar. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(2), 45-56.
- [46] Rachmawati, D., & Subroto, T. (2022). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap motivasi belajar siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 112-121.
- [47] Rashidin, M. S., Taheri, B., Javed, S., & Rana, M. M. (2025). Telepresence, short video content, and entrepreneurial intention: An SOR-based analysis.
- [48] Rashidin, S., & Javed, S. (2025). Impact of social media reels on entrepreneurial intentions in the hospitality sector.
- [49] Roflin. (2021). Metodologi penelitian: Konsep dan aplikasi dalam penelitian kuantitatif. CV Literasi Nusantara Abadi.
- [50] Rukajat, A. (2018). Pendekatan penelitian kuantitatif: Quantitative research approach. Deepublish.
- [51] Sandra, D. D., Murtini, W., & Susantiningrum, S. (2023). Pengaruh lingkungan keluarga dan kepribadian terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 77-88.
- [52] Saragih, R., Purba, S., & Purba, T. (2022). Lingkungan keluarga dan perkembangan

perilaku anak. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 9(1), 33-42.

[53] Saragih, A., Purba, S., & Purba, R. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kepribadian, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 9(3), 150-162.

[54] Shoimah, S. (2019). Pengaruh self efficacy, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISDA Lamongan.

[55] Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

[56] Sucipto, S., Sumarno, S., & Sari, P. (2022). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap karakter anak. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 5(1), 54-65.

[57] Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

[58] Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

[59] Suprpti, S., & Muhammad, R. (2022). Peran keluarga dalam pembentukan sumber daya manusia. *Jurnal Sosial Humaniora*, 13(2), 77-85.

[60] Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Bandung: Salemba Empat.

[61] Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan karakteristik wirausahawan sukses*. Jakarta: Kencana.

[62] Wiani, A., Ahman, E., & Machmud, A. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha peserta didik SMK di Kabupaten Subang. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(2), 45-56.

[63] Wahid, A. (2020). Lingkungan keluarga sebagai wahana pendidikan anak. *Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 101-112.

[64] Wirausaha, I., Iskandar, S., & Arifin, Z. (2016). Faktor yang memengaruhi minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 112-120.

[65] Yuliatmaji, B. (2024). Pengaruh media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII SMK Negeri 8 Jakarta. *Jurnal Ilmu Pendidikan Vokasional*, 6(1), 88-101.

[66] Zarrella, D. (2010). *The social media marketing book*. O'Reilly Media.