

# Peran Media Sosial dalam Menumbuhkan Niat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Cenderawasih

Kurniawan Patma<sup>1</sup>, Cornelia Desiana Matani<sup>2</sup>, Anthonius H Citra Wijaya<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cenderawasih, Jayapura, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received October 04, 2024  
Revised October 11, 2024  
Accepted October 25, 2024  
Available online Nov 01, 2024

### Kata Kunci:

Media Sosial, Niat  
Berwirausaha, Mahasiswa



This is an open access article under the  
[CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2024 by Author. Published  
by Universitas Cenderawasih.

## ABSTRAK

Beranjak dari meningkatnya program wirausaha mahasiswa dalam satu dekade terakhir di Universitas Cenderawasih, maka penelitian ini meneliti dampak penggunaan media sosial terhadap niat kewirausahaan mahasiswa dengan mereplikasi penelitian Loan et al., (2024), yaitu peran media sosial dan risiko yang dirasakan dalam memberi kontribusi baru pada Theory of Planned Behavior (TPB). Penelitian ini menggunakan data persepsi mahasiswa peserta program wirausaha di Universitas Cenderawasih Jayapura dan menggunakan Partial Least Square (PLS) untuk mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan positif terhadap niat berwirausaha mahasiswa dalam program kewirausahaan Universitas Cenderawasih. Perhatian yang lebih dibutuhkan untuk membantu mahasiswa menggunakan media sosial dalam rangka membangun niat berwirausahanya. Hal ini dikarenakan media sosial dapat mempengaruhi cara berpikir dan bertindak mahasiswa dalam mempengaruhi minatnya untuk memulai bisnis. Namun, penelitian ini tidak berhasil membuktikan seberapa besar risiko yang bersedia diambil dan persepsi subjek perilaku mahasiswa terhadap niat berwirausaha.

## ABSTRACT

This study begins by examining the growth of student entrepreneurship programs at University of Cenderawasih (Uncen) over the past decade. It then seeks to investigate the impact of social media use on student entrepreneurial intentions by replicating Loan et al., (2024), research, namely the role of social media and perceived risk in making new contributions to the Theory of Planned Behavior (TPB). This study employs data on the perceptions of students enrolled in the entrepreneurship program at Uncen, Jayapura, and utilizes the Partial Least Square (PLS) method for data analysis. The findings indicate that social media has a positive impact on the entrepreneurial intentions of students enrolled in the Uncen entrepreneurship program. It is evident that students require further guidance on how to utilise social media effectively to develop their entrepreneurial intentions. This is because social media can potentially influence students' thoughts and actions, particularly in relation to their interest in starting a business. However, this study was unable to ascertain the extent to which students are willing to take risks and their perception of their own entrepreneurial intentions.

## 1. LATAR BELAKANG

Indonesia menunjukkan niat memajukan kewirausahaan yang kuat, dalam usaha mikro, kecil dan menengah (Fiernaningsih et al., 2023). Komitmen tersebut terlihat pada jumlah rasio wirausaha pemula yang dibanding satu dekade yang lalu, sejak Februari 2013 sebesar 32,02 persen sampai dengan Agustus 2023 tercatat meningkat mencapai 35,21 persen dari total angkatan kerja (Databoks.co.id, 2023). Fakta ini jelas memperlihatkan bahwa kewirausahaan adalah bagian penting dari pembangunan ekonomi Indonesia. Dukungan pemerintah juga telah memicu semangat kewirausahaan di antara sejumlah besar mahasiswa, hal ini dapat terlihat dari program wirausaha merdeka sesuai Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) Nomor 3 Tahun 2020. Namun, kewirausahaan memiliki tingkat risiko yang relatif tinggi (Tambunan et al., 2024), dan dapat mengalami kegagalan sehingga menimbulkan kekhawatiran di kalangan pembuat kebijakan dan peneliti (Mulyana et al., 2022), apalagi di saat tingginya tekanan media sosial.

Menumbuhkan pemikiran dan sikap positif terhadap kewirausahaan adalah hal yang baik, tetapi jika informasi yang salah di media sosial membentuk pemikiran ini, hal tersebut bisa sangat merugikan (Loan et al., 2024). Pemanfaatan media sosial sangat berguna untuk menumbuhkan niat wirausaha mahasiswa (Surachim et al., 2018). Khususnya pada bidang kewirausahaan digital, Mahasiswa dapat

\*Corresponding author.

E-mail: [anthoniuscitra@gmail.com](mailto:anthoniuscitra@gmail.com)

mendapatkan akses ke pasar melalui penggunaan media sosial sebagai alat untuk belajar dan memicu intuisi kewirausahaan. Media sosial memberikan individu sumber daya praktis serta jaminan dan pola pikir yang sangat diperlukan untuk memulai usaha kewirausahaan digital yang sukses (Wibowo et al., 2023).

Namun, di tengah perkembangan positif di media sosial, telah terjadi penyebaran "*illusory entrepreneurs*" yang menyebarkan narasi 'cepat kaya' dengan informasi terlalu optimis tentang kewirausahaan, dengan tujuan menarik orang memulai bisnis mereka sendiri (Loan et al., 2024). Kondisi tersebut membuat seorang wirausahawan rentan terjebak dalam keyakinan yang tak berdasar tentang kapasitas diri dalam mempengaruhi hasil dari usaha (Husna, 2020). Hal tersebut menimbulkan risiko, terutama bagi mahasiswa yang kurang pengalaman dan pengetahuan, rentan terhadap ekspektasi berlebihan pada kemampuan sendiri, fenomena ini disebut "*illusion of control*" (Laguía González et al., 2019; Nouri, 2023). Media sosial adalah sebuah fenomena global, telah menarik perhatian yang signifikan dalam studi yang berkaitan dengan Entrepreneurial Intentions (Loan et al., 2024). Misalnya, Pérez Fernández et al., (2021) menyarankan bahwa modal sosial online meningkatkan pemahaman mereka tentang kewirausahaan. Selanjutnya Barrera-Verdugo & Villarroel-Villarroel, (2022) tentang frekuensi penggunaan media sosial, korelasi positif diidentifikasi dengan sikap dan persepsi kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

Di Indonesia, Andhieni et al., (2023) dan Chaniago & Sayuti (2019) menemukan pengaruh positif adopsi teknologi media sosial dalam mendorong tumbuhnya niat berwirausaha mahasiswa. Namun, Fernando & Handoyo (2022) menemukan sebaliknya, sehingga perlu untuk diselidiki lebih lanjut. Merujuk pada penelitian yang telah dilakukan oleh Loan et al., (2024), penelitian fokus pada niat berwirausaha mahasiswa, mempertimbangkan *Social Media* (SM) dan *Perceived Risk* (PR). Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji dampak penggunaan media sosial terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian bermanfaat untuk menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat ampuh untuk mendorong mahasiswa untuk memulai bisnis. Penelitian ini juga diharapkan dapat menangkap pendidikan mahasiswa untuk mengurangi risiko kewirausahaan sehingga mengurangi fenomena "*illusion of control*".

## 2. METODE

Penelitian dilakukan di lingkungan Universitas Cenderawasih Jayapura khususnya pada mahasiswa aktif. Metoda pemilihan sampel adalah purposive sampling, dengan kriteria yaitu peserta program wirausaha merdeka tahun 2024 untuk mahasiswa aktif dan usaha mereka sedang beroperasi. Hal tersebut disyaratkan karena ingin mendapatkan gambaran peran SM dan PR terhadap EI dalam lingkup TPB. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer melalui metoda survei dengan menyebarkan instrumen kuesioner. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini meliputi satu variabel independen dan lima variabel dependen. Berikut variabel-variabel yang dirujuk dari penelitian sebelumnya yang digunakan juga oleh Loan et al., (2024); Wibowo et al., (2023) ditunjukkan pada Tabel 1, berikut:

**Tabel 1. Variabel-Variabel Model Penelitian**

Variabel	Kode	Jumlah Item	Rujukan
<i>Entrepreneurial Intentions</i>	EI	6	(Sampene et al., 2023)
<i>Attitudes</i>	ATT	5	(Hieu et al., 2021; Sampene et al., 2023)
<i>Subjective Norms</i>	SN	6	(Hieu et al., 2021; Sampene et al., 2023)
<i>Perceived Behavioral Control</i>	PBC	4	(Hieu et al., 2021; Sampene et al., 2023)
<i>Perceived Risk</i>	PR	4	(Arrighetti et al., 2016; Verheul et al., 2015)
<i>Social Media</i>	SM	5	(Barrera-Verdugo & Villarroel-Villarroel, 2022)

Data diolah menggunakan pendekatan *Structure Equation Model* (SEM) dengan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software WrapPLS 7.0. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif. Hal ini tidak dapat dilakukan oleh SEM yang berbasis kovarian karena akan menjadi *unidentified model*. Karakteristik tersebut membuat PLS sangat cocok untuk penelitian ini, karena memiliki kombinasi dan model yang kompleks dan bisa memakai ukuran sampel yang relatif kecil, untuk mengantisipasi kurangnya *response rate* dari sampel yang dituju.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil

Pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dilakukan secara daring kepada mahasiswa program *Studentpreneur* Uncen. Kuesioner diisi mulai bulan Mei sampai dengan Juli 2024. Pengisian kuesioner menggunakan *google form*: <https://forms.gle/kSkDdoPRMSk4yqzTA>. Jumlah populasi sebesar 150 orang, berasal dari 50 tim yang diangkat secara resmi sesuai surat keputusan Rektor Uncen tahun 2024. Setiap tim terdiri dari 3 orang mahasiswa/i. Tingkat pengembalian kuesioner dikategorikan sedang, yaitu sebanyak 83 dari target 150 populasi (55,33 persen). Beberapa identitas responden tidak lengkap dan tidak sesuai kriteria sampel, maka tidak diproses lebih lanjut. Sehingga, jawaban responden yang diolah sebanyak 78 kuesioner (52 persen). Responden perempuan mendominasi penelitian ini sebanyak 70,51 persen, berusia 20 tahun sebanyak 37,18 persen, berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebanyak 76,92 persen, berasal Program Studi Akuntansi sebanyak 66,67 persen, berada pada semester empat sebanyak 74,36 persen, dan berlatar belakang Non Orang Asli Papua (OAP) sebesar 55,13 persen. **Tabel 1** di bawah ini menunjukkan rincian profil responden:

**Tabel 2. Profil Responden**

<b>Profil Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
<b>Gender</b>		
Laki Laki	23	29,49
Perempuan	55	70,51
<b>Umur (tahun)</b>		
18	2	2,56
19	16	20,51
20	29	37,18
21	19	24,36
22	8	10,26
>22	4	5,13
<b>Asal Fakultas</b>		
Ekonomi dan Bisnis	60	76,92
Ilmu Sosial dan Politik	2	2,56
Keguruan dan Ilmu Pendidikan	3	3,85
Teknik	13	16,67
<b>Program Studi</b>		
Akuntansi	52	66,67
Manajemen	7	8,97
Ilmu Ekonomi	1	1,28
Administrasi Publik	2	2,56
Pendidikan Fisika	2	2,56
PGSD	1	1,28
Sipil	13	16,67
<b>Semester Aktif</b>		
II	1	1,28
IV	58	74,36
V	1	1,28
VI	10	12,82
VII	1	1,28
VIII	7	8,97

Profil Responden	Jumlah	%
<b>Asal Suku</b>		
OAP	35	44,87
Non-OAP	43	55,13
<b>Jenis Usaha</b>		
Aksesoris	5	6,41
Jasa Barber	3	3,85
Kuliner	48	61,54
Dagang	16	20,51
Pinang	3	3,85
Ternak Lele	1	1,28
Ternak Babi	1	1,28
Jasa Ketik	1	1,28
<b>Lama Menjalankan Usaha (bulan)</b>		
< 6	60	76,92
6 - 12	9	11,54
> 12	9	11,54
<b>Jenis Media Sosial yang Digunakan</b>		
Facebook	9	11,54
Instagram	28	35,90
Facebook dan Instagram	8	10,26
Facebook, Instagram dan Tiktok	2	2,56
Facebook, Instagram dan Whatsapp	7	8,97
Instagram dan Whatsapp	17	21,79
Instagram dan Tiktok	3	3,85
Whatsapp	3	3,85
Tiktok	1	1,28

Sumber: data diolah, 2024

Evaluasi model pengukuran dimulai dengan mengevaluasi nilai indikator fit model, dan berdasarkan *output* di tabel 3 di bawah ini yang menampilkan sepuluh indikator *fit* yang telah memenuhi semua kriteria *model fit* dan *quality indices*, kecuali untuk item *Sympson's paradox ratio* (SPR).

**Tabel 3: Model Fit dan Quality Indices**

Uraian	Nilai	Kriteria	Keterangan
Average path coefficient (APC)	0.295, P=0.001	P < 0,05	Memenuhi Kriteria
Average R-squared (ARS)	0.349, P<0.001	P < 0,05	Memenuhi Kriteria
Average adjusted R-squared (AARS)	0.332, P<0.001	P < 0,05	Memenuhi Kriteria
Average block VIF (AVIF)	1.473	acceptable if <= 5, ideally <= 3.3	Ideal
Average full collinearity VIF (AFVIF)	1.585	acceptable if <= 5, ideally <= 3.3	Ideal
Tenenhaus GoF (GoF)	0.490	small >= 0.1, medium >= 0.25, large >=	Besar
Sympson's paradox ratio (SPR)	0.857	0.36	Memenuhi Kriteria
R-squared contribution ratio (RSCR)	0.981	acceptable if >= 0.7, ideally = 1	Memenuhi Kriteria
Statistical suppression ratio (SSR)	1.000	acceptable if >= 0.9, ideally = 1	Memenuhi Kriteria
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)	1.000	acceptable if >= 0.7	Memenuhi Kriteria

Sumber: olah data *warpPLS*, 2024

Hasil pengujian validitas konvergen dari instrumen pengukuran (kuesioner) atau menilai outer model dapat terlihat pada tabel 4 yang menunjukkan bahwa skor loading dari masing-masing pengukuran berada di atas 0,70 dan nilai p signifikan pada <0,05 (Hair et al., 2014), maka dapat dikatakan bahwa pengukuran konstruk dari masing-masing variabel laten telah memenuhi syarat validitas konvergen. Untuk memenuhi skor yang ideal, maka beberapa item pertanyaan dikeluarkan dari model, antara lain EI 4, ATT 1 dan 5, SM 1 dan 2, SN 4 dan 6, terakhir PBC 1 dan 2 (total 9 item).

Nilai koefisien korelasi antarvariabel laten dan signifikansinya (nilai p) atau output untuk evaluasi validitas diskriminan instrumen dapat dilihat pada tabel 5, yaitu nilai Average Variance Extracted (AVE)

pada kolom diagonal dan diberi warna lebih tinggi dari korelasi antarvariabel laten pada kolom yang sama (di atas dan di bawahnya). Koefisien determinasi dapat dilihat dari skor R-squared (R<sup>2</sup>) yang bernilai 0,540 menunjukkan bahwa model yang baik dan variasi pemanfaatan laporan kinerja dapat dijelaskan sebesar 54 persen. Q-squared (Q<sup>2</sup>) untuk menilai validitas prediktif bernilai 0,556 yang bermakna bahwa model penelitian menunjukkan validitas prediktif yang baik karena bernilai di atas nol. Selanjutnya nilai reliabilitas dapat dilihat dari skor Composite reliability yang bernilai di atas 0,70 sehingga dapat dikatakan telah memenuhi syarat reliabilitas. Lalu, nilai validitas konvergen dapat dilihat dari skor Average Variance Extracted (AVE) yang bernilai di atas 0,50 menunjukkan bahwa kriteria telah terpenuhi. Terakhir, pengujian kolinearitas penuh dilihat dari skor Full collinearity VIFs yang lebih rendah dari 3,3 menunjukkan bahwa model penelitian bebas dari masalah kolinearitas vertikal, lateral, dan common method bias.

**Tabel 4: Combined Loadings, Cross-Loadings, dan Latent Variable Coefficients**

<i>Indicators</i>	<i>Loading Factor</i>	<i>P-value</i>	<i>AVE</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>R-squared coefficients</i>	<i>Full collinearity VIFs</i>	<i>Q-squared coefficients</i>
<i>Entrepreneurial Intentions (EI)</i>			0.652	0.865	0.903	0.540	1.979	0.556
EI1	0.856	<0.001						
EI2	0.846	<0.001						
EI3	0.870	<0.001						
EI5	0.745	<0.001						
EI6	0.706	<0.001						
<i>Attitudes (ATT)</i>			0.758	0.838	0.903		1.813	
ATT2	0.903	<0.001						
ATT3	0.907	<0.001						
ATT4	0.797	<0.001						
<i>Subjective Norms (SN)</i>			0.674	0.829	0.889		1.495	
SN1	0.884	<0.001						
SN2	0.891	<0.001						
SN3	0.883	<0.001						
SN5	0.883	<0.001						
<i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i>			0.767	0.697	0.868	0.365	1.267	0.356
PBC3	0.876	<0.001						
PBC4	0.876	<0.001						
<i>Perceived Risk (PR)</i>			0.617	0.792	0.865	0.143	1.515	0.142
PR1	0.743	<0.001						
PR2	0.828	<0.001						
PR3	0.763	<0.001						
PR4	0.805	<0.001						
<i>Social Media (SM)</i>			0.656	0.738	0.851		1.443	
SM3	0.789	<0.001						
SM4	0.808	<0.001						
SM5	0.832	<0.001						

Sumber: data diolah, 2024

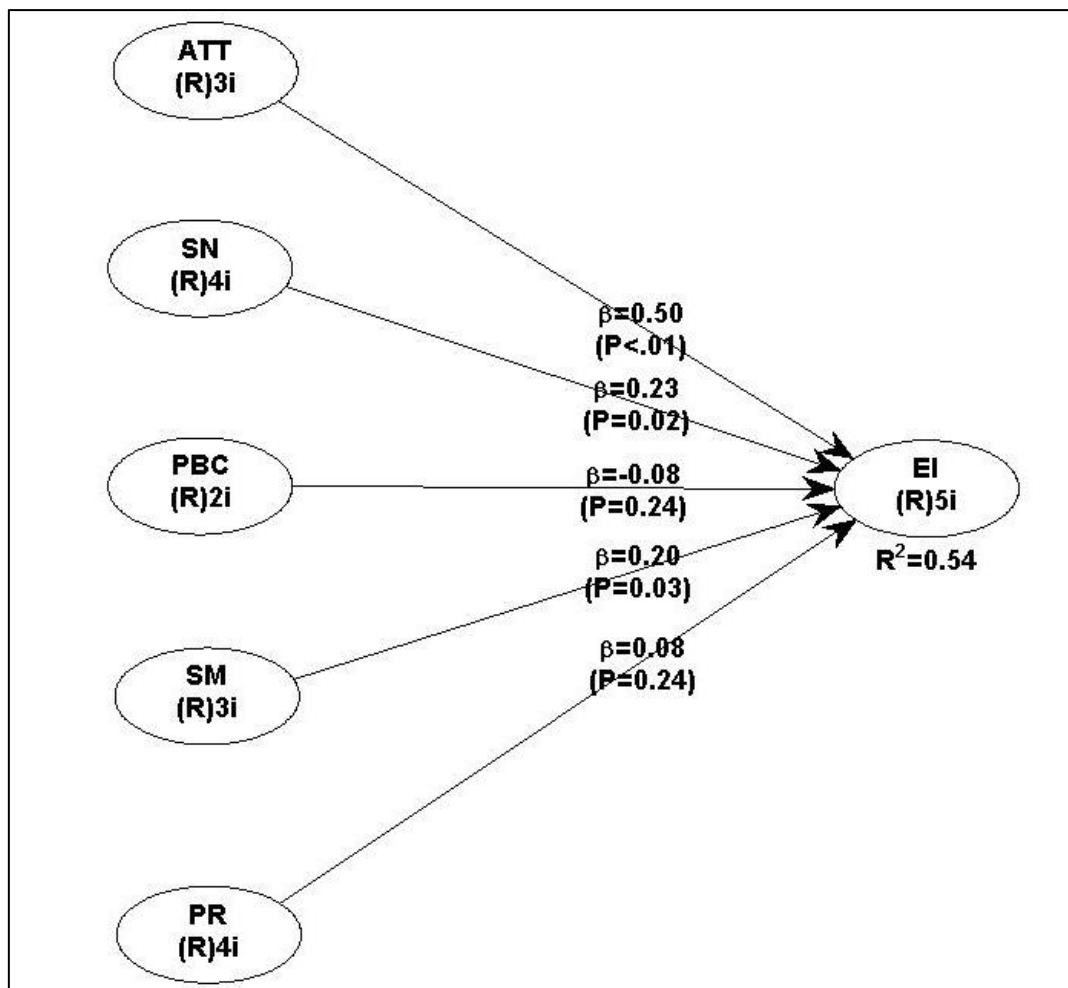
Hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel *Entrepreneurial Intentions* sebesar 3,970. Nilai rata-rata variabel *Attitudes* sebesar 3,995 dan variabel

*Subjective Norms* sebesar 3,438. Sementara itu, variabel *Perceived Behavioral Control* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,760, *Perceived Risk* sebesar 4,109 dan *Social Media* sebesar 3,574.

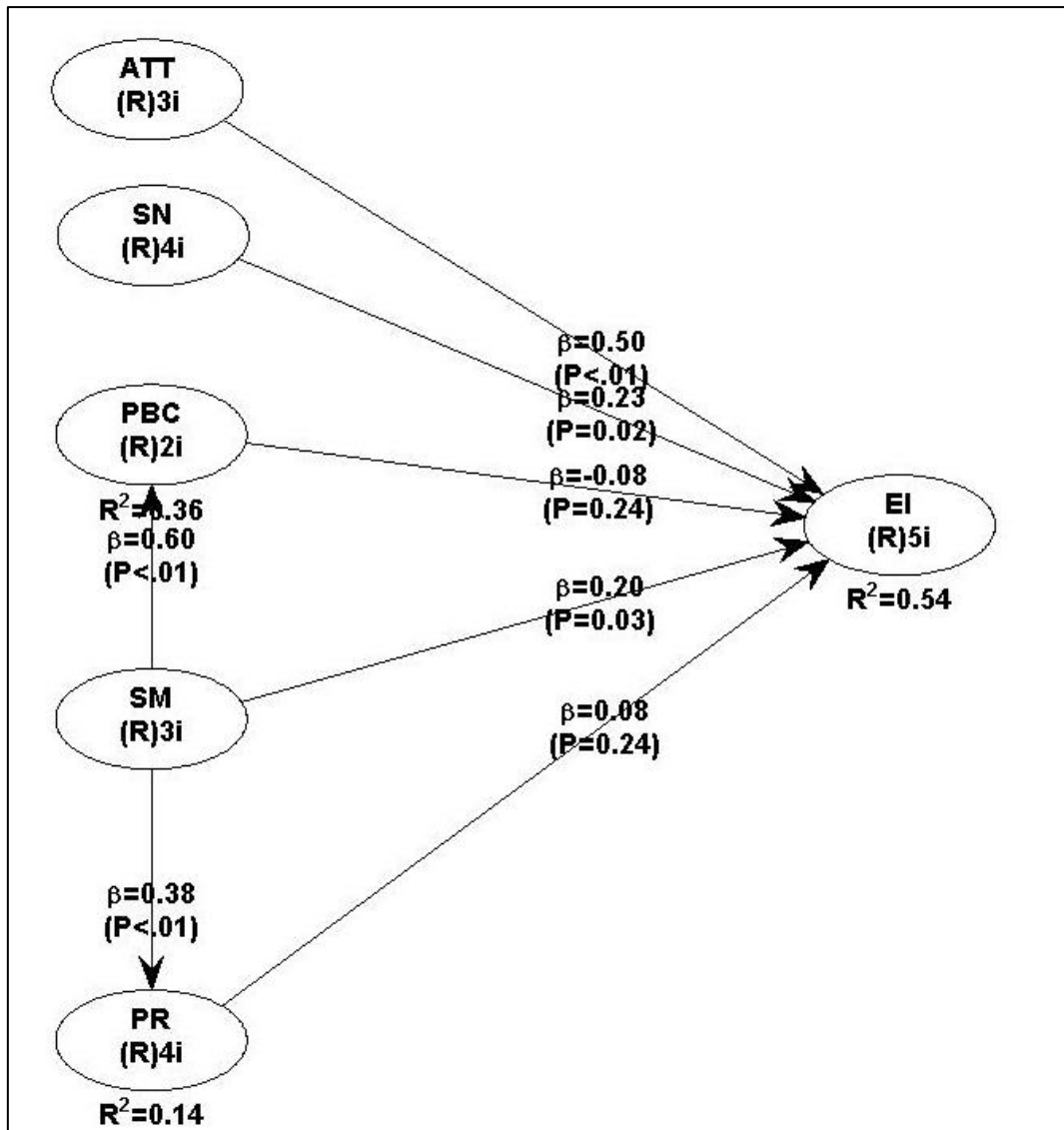
Tabel 5: Descriptive Statistics

<b>Descriptive Statistics</b>	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Average Value</b>	<b>Standard Deviation</b>
EI	78	1	5	3,970	0,817
ATT	78	1	5	3,995	0,927
SN	78	1	5	3,438	0,915
PBC	78	1	5	3,760	0,898
PR	78	1	5	4,109	0,774
SM	78	1	5	3,574	0,961

Sumber: data diolah, 2024



Gambar 2: Hasil Uji Pengaruh Langsung



Gambar 3: Hasil uji pengaruh SM pada PBC dan PR

Penelitian ini, terdapat tujuh hipotesis yang diajukan. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 6 dengan penjelasan untuk masing-masing hasil sebagai berikut:

1. Dari tabel *path coefficients* dan *p-value* dapat dilihat bahwa pengaruh antara *attitudes* terhadap *entrepreneurial intentions* mahasiswa ditunjukkan dengan nilai *path coefficients* sebesar 0.496, dan nilai *p-value* sebesar  $<0.001$ . Dengan demikian, H1 pada penelitian ini terdukung secara empirik (berhasil diterima). Dari tabel *path coefficients* dan *p-value* dapat dilihat bahwa pengaruh antara *subjective norms* terhadap *entrepreneurial intentions* mahasiswa ditunjukkan dengan nilai *path coefficients* sebesar 0.226, dan nilai *p-value* sebesar 0.018. Dengan demikian, H2 pada penelitian ini terdukung secara empirik (berhasil diterima).
2. Dari tabel *path coefficients* dan *p-value* dapat dilihat bahwa pengaruh antara *perceived behavioral control* terhadap *entrepreneurial intentions* mahasiswa ditunjukkan dengan nilai *path coefficients* sebesar -0.077, dan nilai *p-value* sebesar 0.244. Dengan demikian, H3 pada penelitian ini tidak terdukung secara empirik (tidak berhasil diterima).
3. Berikutnya untuk hipotesis utama. Dari tabel *path coefficients* dan *p-value* dapat dilihat bahwa pengaruh antara *perceived risk* terhadap *entrepreneurial intentions* mahasiswa ditunjukkan dengan nilai *path coefficients* sebesar 0.079, dan nilai *p-value* sebesar 0.240. Dengan demikian, H4 pada penelitian ini tidak terdukung secara empirik (tidak berhasil diterima).
4. Dari tabel *path coefficients* dan *p-value* dapat dilihat bahwa pengaruh antara *social media* terhadap *entrepreneurial intentions* mahasiswa ditunjukkan dengan nilai *path coefficients* sebesar 0.186, dan nilai *p-value* sebesar 0.043. Dengan demikian, H5 pada penelitian ini terdukung secara empirik (berhasil diterima).

5. Dari tabel *path coefficients* dan *p-value* dapat dilihat bahwa pengaruh antara *social media* terhadap *perceived behavioral control* ditunjukkan dengan nilai *path coefficients* sebesar 0.604, dan nilai *p-value* sebesar <0.001. Dengan demikian, H6 pada penelitian ini terdukung secara empirik (berhasil diterima). Terakhir, dari tabel *path coefficients* dan *p-value* dapat dilihat bahwa pengaruh antara *social media* terhadap *perceived risk* ditunjukkan dengan nilai *path coefficients* sebesar 0.379, dan nilai *p-value* sebesar <0.001. Dengan demikian, H7 pada penelitian ini terdukung secara empirik (berhasil diterima).

**Tabel 6: Path Coefficients dan p-value**

Konstruk	Hipotesis (+/-)	Path Coefficients	P Value	Deskripsi
ATT → EI	H1 (+)	0.496	<0.001***	Terdukung
SN → EI	H2 (+)	0.226	0.018**	Terdukung
PBC → EI	H3 (+)	-0.077	0.244	Tidak Terdukung
PR → EI	H4 (-)	0.079	0.240	Tidak Terdukung
SM → EI	H5 (+)	0.186	0.043**	Terdukung
SM → PBC	H6 (+)	0.604	<0.001***	Terdukung
SM → PR	H7 (+)	0.379	<0.001***	Terdukung

Berdasarkan Theory of Planned Behavior, ATT, SN, dan PBC dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa untuk berwirausaha. Namun dari hasil analisis, hanya variabel PBC yang tidak berpengaruh. Hasil ini memperlihatkan beberapa alasan, antara lain: pertama, terdapat dukungan sosial, misalnya keluarga, teman, dan lingkungan sekitar sehingga mereka lebih termotivasi untuk berwirausaha meskipun mereka tidak sepenuhnya yakin dengan kemampuan mereka sendiri. Ke dua, pengaruh norma subjektif, seperti nampak pada hasil olah data bahwa SN memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga memperlihatkan norma sosial dan harapan dari orang lain dapat memainkan peranan yang besar dalam membentuk niat berwirausaha. Ke tiga, ketersediaan sumber daya, adanya akses terhadap modal, mentor, dan jaringan bisnis dapat mengurangi peran PBC, sehingga mahasiswa merasa bahwa mereka lebih termotivasi untuk berwirausaha. Terakhir, pengaruh pendidikan, dengan adanya program kewirausahaan yang efektif, maka dapat meningkatkan niat berwirausaha dengan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan praktis, sehingga tidak terlalu tergantung pada peran PBC.

Hasil berikutnya yang cukup mengejutkan adalah pengaruh variabel *perceived risks* terhadap niat berwirausaha. Hasil ini memancing untuk dapat menggali lebih dalam kenapa tidak berpengaruh secara negatif. Kecurigaan awal, yaitu konsep tingkat toleransi risiko yang masih belum dipahami secara mendalam oleh mahasiswa karena belum berpengalaman dalam mengelola usaha. Tujuan utama dalam penelitian ini yaitu menguji secara mendalam peran media sosial terhadap niat berwirausaha, *perceived behavioral control*, dan *perceived risks*. Dari hasil analisis terbukti bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketiga variabel tersebut. Media sosial merupakan wadah yang terbukti dapat membantu mahasiswa untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam membuka jaringan bisnis, terhubung dengan mitra dan organisasi bisnis lainnya (Sahoo & Panda, 2019). Media sosial juga terbukti berperan dalam memberikan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan mahasiswa untuk membangun persepsi, kesadaran, dan keyakinan mereka untuk menjadi pengusaha yang sukses, sehingga dapat dikatakan dengan menggunakan SM, PBC mahasiswa dapat ditingkatkan (Barrera-Verdugo & Villarreal-Villarreal, 2022). Terakhir, penelitian ini juga berhasil membuktikan bahwa media sosial dapat memengaruhi bagaimana mahasiswa melihat risiko dengan meningkatkan PR mahasiswa tentang kewirausahaan (Loan et al., 2024).

#### 4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini berhasil membuktikan peran media sosial dalam menumbuhkan niat berwirausaha, *perceived behavioral control*, dan *perceived risks* mahasiswa yang tergabung dalam program wirausaha merdeka Universitas Cenderawasih. Pembekalan dan pendampingan dalam menggunakan media sosial dapat diberi perhatian yang lebih. Hal tersebut sangat wajar karena persepsi dan perilaku konsumen saat ini dapat dipengaruhi oleh informasi yang tersebar di media sosial, meskipun butuh penelitian lanjutan untuk membuktikan hal tersebut. Selain itu, variabel attitudes dan subjective norms juga terbukti dapat mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa. Sedangkan variabel *perceived*



behavioral control dan perceived risk tidak terbukti secara ilmiah berpengaruh pada niat berwirausaha mahasiswa.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah responden yang tidak terlalu banyak, sehingga generalisasi hasil harus secara hati-hati. Ke dua, teknik survei memiliki keterbatasan untuk menggali lebih dalam persepsi dan pengalaman mahasiswa dalam menumbuhkan niat berwirausaha, sehingga penelitian berikutnya dapat melakukan wawancara secara mendalam untuk mengidentifikasi keunikan pola persepsi mahasiswa. Ke tiga, perlu diuji peran pendidikan, gender dan pengalaman untuk memperkaya hasil penelitian ini.

## 5. REFERENCES

- Adekiya, A. A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *International Journal of Management Education*, 14(2), 116–132. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001>
- Agu, A. G. (2021). A survey of business and science students' intentions to engage in sustainable entrepreneurship. *Small Enterprise Research*, 28(2), 206–227. <https://doi.org/10.1080/13215906.2021.1919914>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Andhieni, P., Salsabila, N., Wibowo, A., & Rachmadania, F. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 67–89.
- Arrighetti, A., Caricati, L., Landini, F., & Monacelli, N. (2016). Entrepreneurial intention in the time of crisis: a field study. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 22(6), 835–859. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2015-0326>
- Barrera-Verdugo, G., & Villarroel-Villarroel, A. (2022). Evaluating the relationship between social media use frequency and entrepreneurial perceptions and attitudes among students. *Heliyon*, 8(4), e09214. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09214>
- Bestari, N. P. (2022). Jokowi Ungkap Penyebab 90 persen Startup RI Gagal Berkembang. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220927064418-37-375163/jokowi-ungkap-penyebab-90-persen-startup-ri-gagal-berkembang>
- Camelo-ordaz, C., Diáñez-gonzález, J. P., & Ruiz-navarro, J. (2016). The mediating role of perceptual factors. *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa*, 19(4), 261–277. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.001>
- Chaniago, H., & Sayuti, A. M. (2019). Peran Adopsi Teknologi Social Media Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Studi pada Mahasiswa Vokasi Non Rekayasa Polban. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(3), 24–35.
- Dao, T. K., Bui, A. T., Doan, T. T. T., Dao, N. T., Le, H. H., & Le, T. T. H. (2021). Impact of academic majors on entrepreneurial intentions of Vietnamese students: An extension of the theory of planned behavior. *Heliyon*, 7(3), e06381. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06381>
- Databoks.co.id. (2023). Perkembangan Rasio Wirausaha Indonesia sampai 2023 (Issue 2). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/15/ini-perkembangan-rasio-wirausaha-indonesia-sampai-2023>
- Fernando, F., & Handoyo, S. E. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial, dan e-Commerce terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 99. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17171>
- Fiernaningsih, N., Herijanto, P., Widayani, A., Maskur, & Poernamawati, D. E. (2023). How does the entrepreneurial behavior intention of small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia grow-up? Problems and Perspectives in Management, 21(1), 438–447. [https://doi.org/10.21511/ppm.21\(1\).2023.37](https://doi.org/10.21511/ppm.21(1).2023.37)

- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Rstedt, M. S. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Long Range Planning* (Vol. 46, Issues 1–2). SAGE. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Hayward, M. L. A., Forster, W. R., Sarasvathy, S. D., & Fredrickson, B. L. (2010). Journal of Business Venturing Beyond hubris: How highly confident entrepreneurs rebound to venture again ☆. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 569–578. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.03.002>
- Hieu, L. Q., Van, V. H., & Doanh, N. K. (2021). Why do micro-businesses hesitate to “grow up”? *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 13(3), 409–432. <https://doi.org/10.1108/APJBA-02-2021-0049>
- Husna, A. N. (2020). Memetakan kognisi wirausaha: konseptualisasi dan potensi riset di Indonesia. *Universitas Research Colloquium*, 7, 118–126.
- Laguía González, A., Jaén, I., Topa, G., & Moriano, J. (2019). University environment and entrepreneurial intention: the mediating role of the components of the theory of planned behaviour / El entorno universitario y la intención emprendedora: el papel mediador de los componentes de la teoría de la acción planificada. *Revista de Psicología Social*, 34(1), 137–167. <https://doi.org/10.1080/02134748.2018.1542789>
- Loan, N. T., Libo-on, R. M., & Linh, T. T. (2024). Does social media foster students’ entrepreneurial intentions? *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2298191>
- Lu, G., Song, Y., & Pan, B. (2021). Como o apoio ao empreendedorismo universitário afeta as intenções empreendedoras dos estudantes universitários: uma análise empírica da China."tradução nossa". *How University Entrepreneurship Support Affects College Students’ Entrepreneurial Intentions: A Sustainability*, 13(6), 3224.
- Marcelo, J., Prado, A., Treinta, F. T., Moura, F., Munik, J., Lima, E. P. De, Gouvea, S. E., Aken, E. M. Van, Rosa, L., Duarte, R., Marcelo, J., Prado, A., Treinta, F. T., Francis, L., Aken, E. M. Van, Leite, L. R., & Duarte, R. (2021). Total Quality Management & Business Excellence The characteristics of nonprofit performance measurement systems. *Total Quality Management*, 0(0), 1–31. <https://doi.org/10.1080/14783363.2021.1948323>
- Mulyana, R. N., Aulia, O., Adem, D. B., Nuryadin, A. N., & Prehanto, A. (2022). Hambatan Startup Edukasi Setelah Program Inkubasi (Studi Kasus pada Program Inkubator Startup CIAS). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 59–64. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i1.14748>
- Nisar, S., Alsharber, A. M., Mousa, A. H., El Said, M., Hassan, F., Rehman, A., & Ansari, S. A. (2022). Trend of social media use by undergraduate medical students; a comparison between medical students and educators. *Annals of Medicine and Surgery*, 81(June), 104420. <https://doi.org/10.1016/j.amsu.2022.104420>
- Nouri, P. (2023). Exploring decision-making biases among Iranian entrepreneurs: some novel insights. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(3), 497–515. <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2021-0330>
- Pérez Fernández, H., Rodríguez Escudero, A. I., Martín Cruz, N., & Delgado García, J. B. (2021). The impact of social capital on entrepreneurial intention and its antecedents: Differences between social capital online and offline. *BRQ Business Research Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/23409444211062228>
- Pribadi, J. D., Nikmah, F., Sukma, E. A., & Wardoyo, C. (2023). The effect of relational support, educational support, personal attitudes and uncertainty on entrepreneurial intentions: An empirical investigation of university students. *Problems and Perspectives in Management*, 21(2), 309–322. [https://doi.org/10.21511/ppm.21\(2\).2023.31](https://doi.org/10.21511/ppm.21(2).2023.31)
- Rueda Barrios, G. E., Rodriguez, J. F. R., Plaza, A. V., Vélez Zapata, C. P., & Zuluaga, M. E. G. (2022). Entrepreneurial intentions of university students in Colombia: Exploration based on the theory of planned behavior. *Journal of Education for Business*, 97(3), 176–185. <https://doi.org/10.1080/08832323.2021.1918615>
- Sahoo, S., & Panda, R. K. (2019). Exploring entrepreneurial orientation and intentions among technical university students: Role of contextual antecedents. *Education and Training*, 61(6), 718–736. <https://doi.org/10.1108/ET-11-2018-0247>

- Sampene, A. K., Li, C., Khan, A., Agyeman, F. O., & Opoku, R. K. (2023). Yes! I want to be an entrepreneur: A study on university students' entrepreneurship intentions through the theory of planned behavior. *Current Psychology*, 42(25), 21578–21596. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03161-4>
- Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C.-L., & Xu, D. (2021). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in china: Integrating the perceived university support and theory of plannhu, Zeren Chen, Jingwen Jin, Yuanqing Wang, Ting Lin, Chien Liang Xu, Danyinged behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8), 1–17.
- Surachim, A., Hurriyati, R., Lisnawati, L., Sulastri, S., & Mulyadi, H. (2018). Using social media to promote student entrepreneurship. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(T), 173–183.
- Tambunan, D., Hou, A., Nasib, Hs, W. H., & Pasaribu, D. (2024). The Role of Financial Literacy and Self-Motivation in Fostering Entrepreneurial Interest and Self-Efficacy among University Students. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, 11(1), 136–145. <https://doi.org/10.33168/JLISS.2024.0109>
- Thomas, L., Orme, E., & Kerrigan, F. (2020). Student Loneliness: The Role of Social Media Through Life Transitions. *Computers and Education*, 146(September 2019), 103754. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103754>
- Tognazzo, A., Gianecchini, M., & Gubitta, P. (2017). Educational context and entrepreneurial intentions of university students: An Italian study. *Contemporary Issues in Entrepreneurship Research*, 7, 47–74. <https://doi.org/10.1108/S2040-724620170000007008>
- Verheul, I., Block, J., Burmeister-Lamp, K., Thurik, R., Tiemeier, H., & Turturea, R. (2015). ADHD-like behavior and entrepreneurial intentions. *Small Business Economics*, 45(1), 85–101. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9642-4>
- Vracheva, V. P., Abu-Rahma, A., & Jacques, P. (2019). Effects of context on the entrepreneurial intent of female students from the United Arab Emirates. *Education and Training*, 61(6), 700–717. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2018-0014>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Suparno, Sebayang, K. D. A., Mukhtar, S., & Shafiai, M. H. M. (2023). How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention? The role of social media and entrepreneurial intuition. *Social Sciences and Humanities Open*, 8(1), 100681. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100681>
- Zhao, X., Wang, X., Ma, Z., & Ma, R. (2022). Computers in Human Behavior Primacy effect of emotions in social stories : User engagement behaviors with breast cancer narratives on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 137(July), 107405. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107405>