

**PENGARUH SOSIAL MEDIA DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN AKUNTANSI FPEB UPI**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat menempuh ujian sidang Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Akuntansi

Oleh

Raihan Pratama

NIM. 1806530

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
TAHUN 2025**

**PENGARUH SOSIAL MEDIA DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN AKUNTANSI FPEB UPI**

**Oleh
Raihan Pratama**

**Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Pendidikan Akuntansi**

**© Raihan Pratama 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
September 2025**

**Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.**

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN UNTUK MENGIKUTI UJIAN
SIDANG

PENGARUH SOSIAL MEDIA DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
AKUNTANSI FPEB UPI

Oleh:

Raihan Pratama

NIM. 1806530

Telah disetujui oleh:

Pembimbing 1



Dr. Kurjono, M.Pd.

NIP. 196810201998021003

Pembimbing 2

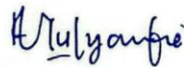


Dr. Yana Setiawan, S.Pd., M.M.

NIP. 198401082019031007

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Akuntansi



Prof. Dr. Heni Mulvani, S.Pd., M.Pd., CFP., ChFI, DipVET, DipTDD

NIP. 197707272001122001

**PENGARUH SOSIAL MEDIA DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN AKUNTANSI FPEB UPI**

Raihan Pratama

Pembimbing: Dr. Kurjono, M.Pd / Dr. Yana Setiawan, S.Pd., M.M

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran sosial media, motivasi dan minat berwirausaha, serta pengaruh sosial media dan motivasi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2022, 2023 dan 2024, Fakultas Pendidikan Bisnis dan Ekonomi, Universitas Pendidikan Indonesia. Penelitian ini menggunakan Theory Behavior Planed, dan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data berupa angket yang disebarakan kepada mahasiswa program studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2022, 2023 dan 2024 sebanyak sampel yang berjumlah 165 orang dari 277 populasi. Teknik pengambilan sampel dengan random sampling. Uji validitas instrumen menggunakan korelasi product moment dan uji reliabilitas menggunakan alpha cronbach. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data dengan menggunakan regresi linier multipel. Dari hasil perhitungan uji t pada masing- masing variabel sosial media dan motivasi diketahui bahwa nilai Sig variabel Sosial Media (X1) sebesar 0,000 dan nilai β variabel Sosial Media (X1) sebesar 0,304 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dan juga dapat dilihat bahwa nilai Sig variabel Motivasi (X2) sebesar 0,000 dan nilai β variabel Motivasi (X2) sebesar 0,483 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sehingga hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial media dan motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2022, 2023 dan 2024 Universitas Pendidikan Indonesia.

Kata Kunci: Sosial Media, Motivasi, Minat Berwirausaha.

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND MOTIVATION ON ENTREPRENEURIAL INTEREST AMONG STUDENTS IN THE ACCOUNTING EDUCATION PROGRAM AT FPEB UPI

Raihan Pratama

Advisor: Dr. Kurjono, M.Pd / Dr. Yana Setiawan, S.Pd., M.M

Abstract

This study aims to determine the characteristics of social media, entrepreneurial motivation and interest, as well as the influence of social media and motivation on entrepreneurial interest among students of the Accounting Education Study Program, Class of 2022, 2023, and 2024, Faculty of Business and Economics Education, Indonesia University of Education. This study employs the Theory of Planned Behavior and descriptive and confirmatory methods. Data collection techniques involve a questionnaire distributed to students in the Accounting Education Program from the 2022, 2023, and 2024 cohorts, with a sample size of 165 out of a total population of 277. The sampling technique used is random sampling. The validity of the instrument was tested using the product-moment correlation, and reliability was assessed using Cronbach's alpha. The data collection technique used was a questionnaire. Classical assumption tests included normality, linearity, multicollinearity, and heteroskedasticity tests. Data analysis was conducted using multiple linear regression. From the results of the t-test calculations for each social media and motivation variable, it was found that the Sig value of the Social Media variable (X1) was 0.000 and the β value of the Social Media variable (X1) was 0.304, meaning that H_0 was rejected and H_1 was accepted, indicating that social media has a positive and significant effect on students' interest in entrepreneurship. It can also be seen that the Sig value of the Motivation variable (X2) is 0.000 and the β value of the Motivation variable (X2) is 0.483, which means that H_0 is rejected and H_1 is accepted, indicating that motivation has a positive and significant effect on students' interest in entrepreneurship. Thus, the research results indicate that social media and motivation have a positive effect on entrepreneurial interest among students in the Accounting Education program at the University of Education Indonesia for the 2022, 2023, and 2024 cohorts.

Keywords: Social Media, Motivation, Interest in Entrepreneurship.

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	7
C. Rumusan Masalah Penelitian	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Teori yang Relevan	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Metode dan Desain Penelitian.....	29
B. Operasionalisasi Variabel	30
C. Populasi dan Sampel	33
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Uji Instrumen	36
F. Teknik Pengolahan Data dan Pengujian Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Profil Responden Penelitian	54
B. Deskripsi Hasil Penelitian	57
C. Pengolahan Data dan Pengujian Hipotesis Penelitian.....	68
D. Pembahasan Hasil Penelitian	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia.....	4
Tabel 1. 2 Tabel Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir.....	5
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 3. 2 Tabel Populasi	33
Tabel 3. 3 Penilaian Skala Numerik	36
Tabel 4. 1 Tabel Rata Rata Indikator Kemudahan Menemukan Konten Kewirausahaan.....	57
Tabel 4. 2 Tabel Rata Rata Indikator Informasi Bisnis Di Sosial Media Tetap Tersedia Dan Dapat Diakses Kapan Saja	58
Tabel 4. 3 Tabel Rata Rata Indikator Keterlibatan Dalam Grup Atau Komunitas Wirausaha Online	59
Tabel 4. 4 Tabel Rata Rata Indikator Kemudahan Mengedit Dan Menyempurnakan Konten Bisnis Di Sosial Media	60
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Rata Rata Variabel Penggunaan Sosial Media	61
Tabel 4. 6 Rata Rata Indikator Perasaan Berhasil Atau Pencapaian Pribadi.....	61
Tabel 4. 7 Tabel Rata Rata Indikator Apresiasi	62
Tabel 4. 8 Tabel Rata Rata Indikator Pandangan Terhadap Berwirausaha.....	63
Tabel 4. 9 Tabel Rata Rata Indikator Keinginan Untuk Bertanggung Jawab	63
Tabel 4. 10 Tabel Rata Rata Indikator Keinginan Untuk Mengembangkan Diri ..	64
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Rata Rata Variabel Motivasi	64
Tabel 4. 12 Tabel Rata Rata Indikator Persepsi Positif Terhadap Wirausaha	65
Tabel 4. 13 Rata Rata Indikator Dukungan Sosial Yang Mahasiswa Terima Untuk Berwirausaha	66
Tabel 4. 14 Tabel Rata Rata Indikator Keyakinan Diri	67
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Rata Rata Variabel Minat Berwirausaha	68
Tabel 4. 16 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4. 17 Tabel Anova Variabel Penggunaan Sosial Media.....	69
Tabel 4. 18 Tabel Anova Variabel Motivasi	70

Tabel 4. 19 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4. 20 Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72
Tabel 4. 21 Tabel Hasil Uji Regresi Linier Multipel.....	73
Tabel 4. 22 Tabel Koefisien Determinasi	74
Tabel 4. 23 Tabel Hasil Uji F	75
Tabel 4. 24 Tabel Hasil Uji T	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Instagram di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Pengguna Facebook di Indonesia.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4. 1 Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4. 2 Responden Penelitian Berdasarkan Tahun Angkatan.....	56
Gambar 4. 3 Responden Penelitian Berdasarkan Umur.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian.....	96
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel Penggunaan Sosial Media	104
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Motivasi.....	116
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Minat Berwirausaha	133
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Sosial Media SPSS	149
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi SPSS	150
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha	151
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Sosial Media SPSS.....	152
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi SPSS	152
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Berwirausaha SPSS.....	152
Lampiran 11 Frekuensi Bimbingan Pembimbing I	153
Lampiran 12 Frekuensi Bimbingan Pembimbing II	154
Lampiran 13 SK Penetapan Pembimbing Skripsi.....	155
Lampiran 14 Riwayat Hidup	159

DAFTAR PUSTAKA

- Abbadia, J. (2023, Oktober 1). *Apa peran Cronbach's Alpha dan bagaimana Anda menginterpretasikannya*. Diambil kembali dari mindthegraph: <https://mindthegraph.com/blog/id/cronbach-alpha/>
- Ajjan, Kumar, & Subramaniam. (2016). Information technology portfolio management implementation: A case study. *Journal of Enterprise Information Management*, 841-859.
- Ajzen. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- Ani Rahmawati, C. Y. (2023). Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan. *Pengaruh Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*, 601.
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armitage, & Conner. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: a meta-analytic review. *Br J Soc Psychol*, 471-99.
- Badan Pusat Statistik. (2024, November 5). *Badan Pusat Statistik*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/11/05/2373/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-91-persen-.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan 1986 - 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Barbera, L., & Ajzen. (2021). Moderating role of perceived behavioral control in the theory of planned behavior: A preregistered study. *Journal of Theoretical Social Psychology*, 35-45.
- Barley, S. R. (1986). Technology as an Occasion for Structuring: Evidence from Observations of CT Scanners and the Social Order of Radiology Departments. *Administrative Science Quarterly*, 78-108.
- Binus University. (t.thn.). *MEMAHAMI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA*. Diambil kembali dari Binus University School of Accounting:

<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linear-berganda/>

Binus University. (t.thn.). *MEMAHAMI UJI F (UJI SIMULTAN) DALAM REGRESI LINEAR*. Diambil kembali dari Binus University School of Accounting: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/>

Binus University. (t.thn.). *MEMAHAMI UJI T DALAM REGRESI LINEAR*. Diambil kembali dari Binus University School of Accounting: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>

Chudoba, K. M., & Maznevski, M. L. (2000). Bridging Space Over Time: Global Virtual Team Dynamics and Effectiveness. *Organization Science*.

CNN Indonesia. (2024, Oktober 15). *Rasio Pengusaha Baru RI 3,35 Persen, di Bawah Malaysia dan Singapura*. Diambil kembali dari [cnnindonesia.com](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20241014161204-92-1155196/rasio-pengusaha-baru-ri-335-persen-di-bawah-malaysia-dan-singapura): <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20241014161204-92-1155196/rasio-pengusaha-baru-ri-335-persen-di-bawah-malaysia-dan-singapura>

Damanik, S. W., & Candrasa, L. (2025). The Effect of Intrinsic Motivation and Extrinsic Motivation on . *International journal of Economics*.

Dedy Takdir, M. A. (2016). *Kewirausahaan*. Kendari: Wijana Mahadi Karya.

DeSanctis, Gerardine, & Poole, M. S. (1994). Capturing the Complexity in Advanced Technology Use: Adaptive Structuration Theory. *Jurnal Organization Science*, 121-147.

dikakuntansi. (t.thn.). <https://dikakuntansi.upi.edu/profil/>. Diambil kembali dari [dikakuntansi](https://dikakuntansi.upi.edu/profil/).

Dr. Suharnanik, S. M. (2023). *Buku Ajar Masalah Ketenagakerjaan dan Pengangguran*. Surabaya: UWKS Press.

Giddens. (1984). The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration. *University of California Press Berkeley*.

H Darmanik, S. W., & Candrasa, L. (2025). The Effect of Intrinsic Motivation and Extrinsic Motivation on Women's Entrepreneurship Interest PNPM Mandiri Rural. *International Journal of Economics*, 117-125.

Herzberg. (1966). *Work and the Nature of Man*. Cleveland: World Pub. Co.

- Hidayat, A. (2021, September 9). *Uji Pearson Product Moment dan Asumsi Klasik*. Diambil kembali dari statistikian: <https://www.statistikian.com/2012/07/pearson-dan-asumsi-klasik.html>
- Husain, A. (2022). The Influence of Motivation, Social Media, and the Social Environment on Interest in Entrepreneurship. *Journal of Economic Resources*, 127-186.
- International Monetary Fund. (2025). *International Monetary Fund*. Diambil kembali dari International Monetary Fund: <https://www.imf.org/external/datamapper/LUR@WEO/IDN/BRN/MYS/PHL/SGP/THA/VNM>
- Juliandi, Irfan, & Manurung. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. UMSU Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.
- Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2023). *Analisis Pasar Kerja Dalam Negeri Tahun 2023*. Jakarta: Badan Perencanaan dan Pengembangan Kementerian Ketenagakerjaan RI.
- Kemp, S. (2025, Februari 25). *Digital 2025: Indonesia*. Diambil kembali dari datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Koranti, K. (2013). Analisis Pengaruh Faktoreksternal Dan Internal Terhadap Minat Berwirausaha. *PESAT*.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 411-432.
- Krueger, Reilly, & Carsrud. (2018). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 411-432.
- Kumparan. (2023, September 29). *Memahami Usia Produktif Menurut WHO yang Sering Terabaikan*. Diambil kembali dari kumparan: <https://kumparan.com/sejarah-dan-sosial/memahami-usia-produktif-menurut-who-yang-sering-terabaikan-21HF4MQDsU0>
- Kuncoro. (2020). *Strategi meraih keunggulan kompetitif di era industry 4.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- NapoleonCat. (2024, Desember 31). *Social media users*. Diambil kembali dari napoleoncat.com: <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/2024/>

- Prastiwi, I. R., Kurjono, & Setiawan, Y. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa UPI. *Journal of finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research*, 143-152.
- Primandaru, N. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Economia*.
- Rachman, M. A. (2022). Pengaruh Pendidikan dan Self-Efficacy terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi UPI. 5-6.
- Riska Franita, A. F. (2019). ANALISA PENGANGGURAN DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*.
- Rumangkit, S., Rahayu, S., & Aditya, Y. (2020). Studi eksplorasi entrepreneurial intention berdasarkan Theory of Planned Behavior dan Theory of Entrepreneurial Event pada mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi* , 11-24.
- Sari, H. P., & Sukmana, Y. (2023, Juni 12). *Menkop UKM: 72 Persen Anak Muda Indonesia Ingin Jadi Pebisnis*. Diambil kembali dari money.kompas.com: https://money.kompas.com/read/2023/06/12/123500926/menkop-ukm--72-persen-anak-muda-indonesia-ingin-jadi-pebisnis?utm_source=chatgpt.com
- Siebert, S., Caicedo, M. H., & Hansson, M. M. (2020). Boundaryless Twitter Use: On the Affordances of Social Media. *MDPI*.
- Sitoesmi, A. R. (2025, 4 11). *Penyebab Pengangguran di Indonesia, Analisis Komprehensif dan Solusinya*. Diambil kembali dari Liputan6: https://www.liputan6.com/feeds/read/5958572/penyebab-pengangguran-di-indonesia-analisis-komprehensif-dan-solusinya?utm_source=chatgpt.com
- Sudjana. (2003). *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tio Prasetyo, R. H. (2020). Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA. *Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa*, 94-101.
- Treem, & Leonardi. (2013). Social Media Use in Organizations: Exploring the Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association. *Annals of the International Communication Association*, 143-189.

- Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2013). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Communication Yearbook*, 143-189.
- Wardani, Kurnia, & Bachtiar. (2022). Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial media, Motivasi, Efikasi Diri, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Empiris pada Mahasiswa UNIMMA di Tahun 2022). *Borobudur Management Review*.
- Waskithoaji, Y., & Darmawan, B. A. (2022). Peran Teknologi dalam Penggunaan Media Sosial dan Dampaknya terhadap UMKM. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 223-237.
- Wicaksono. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pengantar Ringkas)*. Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca.
- Widyawati, Widiarti, & Fahmi. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, dan Penggunaan Sosial media terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal UNIS*.
- Yasin, A. F. (2022). The Impact Of Entrepreneurship Knowledge, Entrepreneurship Motivation, E-Commerce, And Social Media Use On Generation Z Women's Interest In Entrepreneurship Post-Covid-19 Pandemic In Medan City. *Womenpreneurship Ecommerce and Social Media*, 189-196.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 1265-1272.