

PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA MELALUI POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA FKIP UNS

Dina Ayu Fauza¹, Silky Roudhotus Sa'adah^{2*}

^{1,2}Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret

Penulis: dinaayufauza@student.uns.ac.id, Koresponden: silky.roudhotus@staff.uns.ac.id

Abstract

Entrepreneurial intention plays a crucial role in encouraging university students to pursue a career as entrepreneurs. This study aims to examine the influence of entrepreneurship education and social media on entrepreneurial intention, with entrepreneurial mindset serving as a mediating variable among students of the Faculty of Teacher Training and Education (FKIP) at UNS. A quantitative approach utilizing a survey method was employed. The study population consisted of active students from the Economic Education, Office Administration Education, and Accounting Education study programs (classes of 2022–2023) who had completed an entrepreneurship course. A probability sampling technique specifically proportionate stratified random sampling was used to select a sample of 131 students. Data were collected via Likert-scale questionnaires and analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method with SmartPLS software. The results indicate that entrepreneurship education, social media, and entrepreneurial mindset all exert a positive and significant influence on entrepreneurial intention. Furthermore, entrepreneurial mindset mediates the relationship between entrepreneurship education/social media and entrepreneurial intention. These findings highlight the importance of strengthening students' entrepreneurial mindset as a connecting factor, thereby enabling entrepreneurship education and social media to more effectively foster entrepreneurial intention.

Keywords: entrepreneurship education, social media, entrepreneurial intentions, entrepreneurial mindset

Pendahuluan

Pendidikan mengarahkan pada beberapa proses belajar yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dengan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas, proses mencari pekerjaan menjadi lebih mudah sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Disisi lain, kualitas sumber daya manusia yang rendah menyebabkan kesulitan bagi masyarakat dalam memperoleh pekerjaan dan akhirnya berujung pada pengangguran (Susilawaty, 2022). Lulusan perguruan tinggi memiliki dampak yang sangat besar dalam permasalahan ini. Di bidang pendidikan di Indonesia, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar kemungkinan mereka menjadi seorang pengangguran (Listiawati et al., 2020). Pengangguran menjadi salah satu aspek penting yang menunjukkan apakah suatu negara sudah maju atau masih berkembang. Di Indonesia, masalah pengangguran timbul karena pertumbuhan tenaga kerja terjadi lebih cepat dibandingkan dengan ketersediaan lapangan kerja. (Afiyati et al., 2023).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah angkatan kerja di Indonesia berdasarkan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) pada November 2025 mencapai 155,27 juta orang. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 1,262 juta orang dibandingkan dengan Agustus 2025. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) mencapai 70,95%, meningkat sebesar 0,36% dibandingkan Agustus 2025. Pada November 2025, jumlah angkatan kerja mencapai 147,91 juta orang, meningkat sebesar 1,371 juta orang dari Agustus 2025. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada November 2025 mencapai 4,74% yang mengalami

DOI: 10.33603/ejpe.v14i2.12507

This is an open access article under the CC-BY-SA license



penurunan sebesar 0,11% dibanding Agustus 2025. Data dari BPS ini menunjukkan *trend* positif dalam pertumbuhan angkatan kerja, tingkat partisipasi angkatan kerja, serta peningkatan jumlah penduduk yang bekerja, terutama di sektor formal seperti penyediaan akomodasi dan penyediaan makan dan minum (Astrama et al., 2025). Kondisi tersebut dapat menjadi indikasi adanya potensi ekonomi yang besar yang mungkin mendorong niat mahasiswa untuk berwirausaha.

Lulusan perguruan tinggi yang seharusnya dapat memberikan sumbangan tenaga kerja yang berkualitas dan kompeten nyatanya masih menyumbang angka pengangguran yang lumayan tinggi. Sebesar 4,83% pengangguran lulusan diploma, dan 5,25% merupakan lulusan sarjana dari jumlah pengangguran yang ada. Wardhani et al. (2025) menyatakan tingginya niat berwirausaha dikalangan mahasiswa akan memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Berdasarkan penelitian oleh Mustomi et al. (2021) yang menyatakan bahwa rendahnya niat berwirausaha dipengaruhi oleh rasa takut akan kegagalan untuk memulai suatu usaha yang menunjukkan angka sebesar 10,8%. Dengan adanya permasalahan tersebut, diperlukan solusi yang tepat untuk menyelesaikannya, salah satunya dengan menumbuhkan niat berwirausaha dikalangan mahasiswa.

Tingkat pengangguran yang tinggi di kalangan lulusan perguruan tinggi menunjukkan bahwa diperlukan lebih banyak lulusan yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan secara mandiri (Pramesti et al., 2024). Kardila & Puspitowati (2022) mengungkapkan bahwa untuk mengurangi tingkat pengangguran yaitu perguruan tinggi harus berperan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan dikalangan mahasiswa yang pada akhirnya dapat memupuk semangat dan niat berwirausaha di kalangan mahasiswa itu sendiri. Menurut Kadiyono (2017) niat berwirausaha adalah keinginan yang ada di dalam diri seseorang untuk membuat suatu usaha yang bisa memberikan lapangan pekerjaan bagi dirinya sendiri dan orang lain yang dibekali dengan kemandirian, keberanian, dan kreativitas. Diharapkan para sarjana dapat menjadi wirausaha muda yang baik dan mampu memulai bisnisnya sendiri (Tangkeallo & Tangdialla, 2021). Badawi et al (2022) mengungkapkan bahwa dengan adanya niat berwirausaha mahasiswa akan semakin termotivasi untuk belajar tentang kewirausahaan secara lebih serius.

Berdasarkan data dari *tracer study* Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret, terlihat bahwa tidak semua lulusan memilih jalur kewirausahaan sebagai pilihan karir setelah menyelesaikan pendidikan. Pada tahun 2023, persentase lulusan yang menjadi wirausaha tercatat sebesar 42,86%. Namun, pada tahun 2025 presentase tersebut mengalami penurunan menjadi 22,22%. Data tersebut menunjukkan adanya penurunan sebesar 20,64%. Kondisi ini menunjukkan bahwa kecenderungan lulusan untuk memilih bidang wirausaha masih tergolong rendah. Data ini digunakan sebagai informasi pendukung karena hingga penelitian ini dilakukan, belum tersedia data *tracer study* yang menggabungkan Program studi Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Administrasi Perkantoran, dan Pendidikan Akuntansi. Aini & Oktafani (2020) mengungkapkan terdapat beberapa faktor yang memengaruhi hilangnya niat berwirausaha pada mahasiswa, yaitu kurangnya modal, takut gagal serta merugi. Menurut Agusni & Nuringsih (2024) niat berwirausaha akan meningkat apabila mahasiswa memiliki pengetahuan tentang kewirausahaan yang memadai, karena niat tersebut mencerminkan apresiasi seseorang terhadap keterampilan, mental, dan konsep kewirausahaan.

Niat berwirausaha memiliki peran penting dalam pendidikan kewirausahaan karena dapat membentuk dan meningkatkan niat mahasiswa untuk menjadi wirausaha (Effendy et al., 2021). Diharapkan perguruan tinggi dapat memberikan pembelajaran terkait dengan wirausaha dan kompetensi yang diberikan tidak hanya berupa pengetahuan saja, namun dapat membentuk kebiasaan serta cara berpikir mahasiswa agar mereka tertarik untuk menjadi wirausaha (Agusni & Nuringsih, 2024). Terdapat banyak orang yang berhasil menjadi wirausaha meskipun tidak memiliki pendidikan tinggi, sehingga perguruan tinggi harus menyiapkan mahasiswa yang kuat, tekun, dan tidak mudah menyerah (Irawansyah et al., 2025). Menurut (Daniel & Handoyo, 2021) pendidikan kewirausahaan dapat mengubah cara berpikir dan sikap seseorang menjadi lebih berani dan bersemangat dalam berwirausaha, baik melalui sekolah, universitas, maupun lembaga pelatihan lainnya. Peran mahasiswa disini sangat penting untuk menghadirkan inovasi terbaru dalam perekonomian dan dunia kewirausahaan demi membangun perekonomian yang lebih baik.

Berkembangnya era *Society 5.0* memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk terus berkembang dari berbagai bidang, tidak terkecuali di bidang teknologi dan informasi. Tangkeallo & Tangdialla (2021) mengharapkan para mahasiswa sudah melek digital, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang menghadirkan media sosial. Andriani & Sulistyorini (2022) menyebutkan bahwa penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa sebesar 97,2% sudah menggunakan media sosial lebih dari dua tahun terakhir. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2025 jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 229.428.417 orang dari total jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 284.430.900 orang. Angka pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebesar 80,60%, dibandingkan data sebelumnya pada tahun 2024 yang menunjukkan angka sebesar 79,50%.

Kewirausahaan ini sangat penting terutama bagi mahasiswa yang harus memilih karir mereka sendiri. Ramadani et al. (2023) mengungkapkan bahwa pengetahuan dan pola pikir menjadi bekal yang tepat bagi mahasiswa agar bisa siap menghadapi dunia wirausaha setelah lulus. Menurut Falabibah et al. (2024) pola pikir kewirausahaan merupakan cara berpikir yang memungkinkan seseorang menghadapi tantangan, bersikap tegas, dan bertanggung jawab atas hasil kerjanya. Pola pikir kewirausahaan yang positif dapat menumbuhkan niat mahasiswa untuk berwirausaha, terutama jika didukung oleh lingkungan keluarga yang mendukung (Fadilah & Numalasari, 2023). Noegroho et al. (2024) berpendapat bahwa pola pikir kewirausahaan adalah salah satu elemen penting yang dapat memengaruhi keberhasilan usaha. Pola pikir kewirausahaan juga dapat didefinisikan sebagai perasaan dan kepercayaan diri dalam kemampuan seseorang untuk terus berpikir (Sa'adah et al., 2025).

Gap research pada penelitian yaitu dengan adanya variabel pendidikan kewirausahaan dan media sosial, peneliti menambahkan variabel mediasi untuk memperjelas mekanisme pengaruh hasil penelitian. Dalam penelitian ini, variabel mediasi yang digunakan adalah pola pikir kewirausahaan. Penelitian ini penting untuk mengetahui niat berwirausaha dan peran pendidikan kewirausahaan serta media sosial. Niat berwirausaha menjadi faktor penting dalam mendorong munculnya wirausaha baru. Pendidikan kewirausahaan memiliki peranan dalam membangun pengetahuan, keterampilan, dan pola pikir kewirausahaan. Sementara penggunaan media sosial memperluas akses terhadap informasi, sumber inspirasi, dan hubungan yang berpengaruh terhadap persepsi individu terhadap dunia bisnis. Hutasoit et al. (2025) berpendapat bahwa dengan menguji pengaruh kedua variabel ini secara bersamaan, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai bagaimana kombinasi antara

pembelajaran formal dan sumber informasi saling berkontribusi dalam membentuk niat berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan permasalahan di atas, meskipun pendidikan kewirausahaan telah diberikan kepada mahasiswa dan penggunaan media sosial semakin pesat, bukan berarti semua mahasiswa memiliki niat yang tinggi untuk berwirausaha. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan media sosial dapat memengaruhi niat berwirausaha, namun hasil penelitian tersebut masih menunjukkan temuan yang berbeda-beda (*inconsistent findings*). Selain itu, pola pikir kewirausahaan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan mekanisme atau jalur pengaruh tidak langsung dari pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap niat berwirausaha masih belum banyak dilakukan, khususnya pada mahasiswa FKIP UNS.

Kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada penempatan pola pikir kewirausahaan sebagai variabel mediasi untuk menganalisis bagaimana pendidikan kewirausahaan dan media sosial memengaruhi niat berwirausaha secara tidak langsung. Selain itu, penelitian ini menghadirkan konteks subjek yang belum pernah diteliti sebelumnya, yaitu mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Administrasi Perkantoran, dan Pendidikan Akuntansi angkatan 2022-2023 di FKIP UNS. Ketiga program studi ini dipilih karena memiliki rumpun keilmuan yang sama, yaitu adanya kesesuaian bidang keilmuan dengan topik kewirausahaan, bisnis, dan pengelolaan ekonomi, di mana mahasiswa telah memperoleh pembelajaran yang relevan seperti manajemen, akuntansi, kewirausahaan, serta pemanfaatan teknologi dalam konteks bisnis, sehingga memiliki dasar yang memadai untuk mengkaji niat berwirausaha sekaligus mengisi kekosongan data, mengingat hingga penelitian ini dilakukan belum tersedia data maupun penelitian empiris yang menggabungkan ketiga program studi tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji "pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap niat berwirausaha melalui pola pikir kewirausahaan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa FKIP UNS".

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial melalui pola pikir kewirausahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif program studi Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Administrasi Perkantoran, dan Pendidikan Akuntansi. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan *Proportionate Stratified Random Sampling* dan jumlah responden sebanyak 131 mahasiswa. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala likert. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan software *SmartPLS*. Selanjutnya, dilakukan evaluasi outer model yang bertujuan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur variabel-variabel laten dalam sebuah penelitian. Evaluasi *outer model* mengacu pada kriteria yang dikemukakan oleh Hair et al. (2022), yaitu menunjukkan bahwa seluruh indikator harus memenuhi kriteria validitas konvergen dengan nilai *outer loading* dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Validitas diskriminan dapat dinilai melalui *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT). Uji reliabilitas dapat dinilai melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Selanjutnya, dilakukan evaluasi inner model

dengan menganalisis nilai VIF, uji *R Square*, uji *Q Square*, uji *F Square*, uji model fit, uji *Direct Effect*, dan uji *Indirect Effect*. Hasil analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung antarvariabel dan menguji peran pola pikir kewirausahaan sebagai variabel mediasi dalam pengaruh pendidikan kewirausahaan, media sosial, dan niat berwirausaha.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Pengujian Model Struktural (*outer Model*)

Uji Validitas Konvergen

Tabel 3.1 Uji Validitas Konvergen

Variabel	Loading Factor	AVE	Keterangan
Pendidikan Kewirausahaan (X1)		0.562	
PK.1	0.691		
PK.2	0.758		Valid
PK.3	0.778		Valid
PK.4	0.744		Valid
PK.5	0.773		
Media Sosial (X2)		0.664	Valid
MS.1	0.835		Valid
MS.2	0.713		
MS.3	0.886		
Niat Berwirausaha (Y)		0.591	Valid
NB.1	0.777		
NB.2	0.822		Valid
NB.3	0.646		
NB.4	0.780		Valid
NB.5	0.834		
NB.6	0.740		
Pola Pikir Kewirausahaan (Z)		0.553	Valid
PPK.1	0.804		Valid
PPK.2	0.698		
PPK.3	0.812		Valid
PPK.4	0.601		Valid
PPK.5	0.780		

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan hasil pengujian validitas konvergen, nilai *outer loading* dari setiap variabel laten terdiri pendidikan kewirausahaan (X1), media sosial (X2), niat berwirausaha (Y), pola pikir kewirausahaan (Z), memiliki nilai *outer loading* 0,60 - 0,70 sehingga indikator dinyatakan valid, setiap variabel memiliki nilai AVE > 0,5 yang artinya syarat validitas konvergen telah terpenuhi. Nilai *outer loading* dari setiap variabel laten terdiri pendidikan kewirausahaan (X1), media sosial (X2), niat berwirausaha (Y), pola pikir kewirausahaan (Z), memiliki nilai *outer*

loading 0,60 - 0,70 sehingga indikator dinyatakan valid, setiap variabel memiliki nilai AVE > 0,5 yang artinya syarat validitas konvergen telah terpenuhi.

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 3.2 Uji Validitas Diskriminan *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT) - Matrix

	X1	X2	Y	Z
PK		0.632	0.703	
MS				
NB		0.892		
PPK	0.781	0.810	0.896	

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan bahwa *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT) pada setiap variabel < 0.90, dapat disimpulkan bahwa model ini tingkat validitas diskriminan yang baik.

Uji Reliabilitas

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability rho_a</i>	<i>Composite Reliability rho_c</i>
PK	0.807	0.820	0.865
MS	0.750	0.804	0.855
NB	0.863	0.882	0.896
PPK	0.799	0.829	0.859

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa seluruh variabel telah memnuhi nilai yaitu > 0,70, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

Pengujian Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Deskripsi Data

Tabel 3.4 Hasil Analisis Deskripsi Data

	N	Min	Max	Mean	Std
PK	131	1.600	4.000	3.418	0.593
MS	131	1,333	4.000	3.216	0.649
NB	131	1,500	4.000	3.120	0.723
PPK	131	1,800	4.000	3.256	0.636

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa standar deviasi pada variabel pendidikan kewirausahaan, media sosial, niat berwirausaha, dan pola pikir kewirausahaan memiliki standar deviasi yang lebih kecil dari 30% nilai mean. Nilai standar deviasi pendidikan kewirausahaan memiliki standar yang baik karena nilainya kurang dari 30%, nilai mean yaitu $0.593 < 1.025$ ($3.418 \times 30\% = 1.025$). Nilai standar deviasi media sosial memiliki standar yang

baik karena nilainya kurang dari 30% nilai mean yaitu $0.649 < 0.965$ ($3.216 \times 30\% = 0.965$). Nilai standar deviasi niat berwirausaha memiliki standar deviasi yang baik karena nilainya kurang dari 30% nilai mean yaitu $0.723 < 0.936$ ($3.120 \times 30\% = 0.936$). Terakhir nilai standar deviasi pola pikir kewirausahaan memiliki standar deviasi yang baik karena kurang dari 30% nilai mean yaitu $0.636 < 0.976$ ($3.256 \times 30\% = 0.976$).

Uji Prasyarat Analisis

Tabel 3.5 Nilai VIF

Variabel	Nilai VIF
PK -> NB	1.704
MS -> NB	1.999
PPK -> NB	2.531
PK -> PPK	1.334
MS -> PPK	1.334

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa hasil *collinearity statistics* (VIF) dari variabel pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha sebesar 1.704, variabel media sosial terhadap niat berwirausaha sebesar 1.999, dan variabel pola pikir kewirausahaan terhadap niat berwirausaha sebesar 2.531, variabel pola pikir kewirausahaan memediasi pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha sebesar 1.334, dan variabel pola pikir kewirausahaan memediasi media sosial terhadap niat berwirausaha sebesar 1.334, maka data dinyatakan tidak melanggar asumsi multikolinearitas karena nilai VIF < 5 .

Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis *inner model*, yaitu untuk melihat pengaruh langsung atau tidak langsung. Dalam penelitian ini menggunakan evaluasi struktural yaitu melalui *bootstrapping* dengan bantuan analisis *software SmartPLS 4*. Berikut uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini:

Uji R Square (R^2)

Tabel 3.6 Hasil R Square

	R Square	R Square Adjusted
NB	0.738	0.732
PPK	0.605	0.559

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan tabel 3.6 dapat diketahui bahwa variabel niat berwirausaha memiliki nilai *R square* sebesar 0.738 yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel pendidikan kewirausahaan, media sosial, dan pola pikir kewirausahaan dalam menjelaskan variabel niat berwirausaha sebesar 73,8%, dan sisanya sebesar 26,8% diterangkan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Serta intepertasi variabel pola pikir kewirausahaan diperoleh sebesar 0.605. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pola pikir kewirausahaan mampu menjelaskan

variabel niat berwirausaha sebesar 60,5% dan sisanya sebesar 39,5% diterangkan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji Q Square (Q^2)

Tabel 3.7 Hasil Q Square

	Q Square
NB	0.637
PPK	0.590

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan tabel 3.7 menunjukkan bahwa model ini memiliki relevansi prediktif yang tinggi karena Q^2 dari niat berwirausaha sebesar 0.637 dan pola pikir kewirausahaan sebesar 0.590. dari hasil tersebut diketahui bahwa model penelitian ini memiliki relevansi prediktif karena Q^2 memiliki nilai lebih dari 0.

Uji F Square (F^2)

Tabel 3.8 Hasil F Square

	PK	MS	NB	PPK
PK			0.059	0.277
MS			0.324	0.498
NB				
PPK			0.242	

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan tabel 3.8 dapat diketahui bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki efek yang sedang terhadap niat berwirausaha yaitu sebesar 0.059, media sosial memiliki efek yang besar terhadap niat berwirausaha yaitu sebesar 0.324, pola pikir kewirausahaan memiliki efek yang besar terhadap niat berwirausaha yaitu sebesar 0.242, pola pikir kewirausahaan memiliki efek yang besar memediasi pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha yaitu sebesar 0.277, pola pikir kewirausahaan memiliki efek yang besar memediasi media sosial terhadap niat berwirausaha yaitu sebesar 0.498.

Model Fit

Tabel 3.9 Hasil Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.128	0.128
d ULS	3.126	3.126
d G	2.340	2.340
Chi-square	1218.893	1218.893
NFI	0.452	0.452

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan tabel 3.9, nilai SRMR adalah $0,128 > 0,08$ dan nilai NFI $0,452 < 0,90$ dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini belum memenuhi kriteria fit model yang

baik. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat residual (selisih) yang cukup besar antara matriks korelasi hasil estimasi model dengan matriks korelasi data observasi, serta model yang diusulkan belum mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara signifikan lebih baik dibandingkan model dasar.

Analisis Hipotesis

Direct Effect

Tabel 3.10 Hasil Uji *Direct Effect*

	<i>Original Sample</i>	<i>t-statistic</i>	<i>P-Values</i>
PK -> NB	0.163	2.607	0.000
MS -> NB	0.412	4.523	0.000
PPK -> NB	0.400	6.201	0.009

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan teknik *bootstrapping* pada SmartPLS 4, terlihat bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien *original sample* sebesar 0.163 dan nilai *p-values* sebesar 0.000. Sementara itu, media sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha dengan nilai koefisien *original sample* sebesar 0.412 dan nilai *p-value* sebesar 0,000. Pola pikir kewirausahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha dengan nilai koefisien *original sample* sebesar 0.400 dan nilai *p-value* sebesar 0,000.

Indirect Effect

Tabel 3.11 Hasil Uji *Indirect Effect*

	<i>Original Sample</i>	<i>t-statistic</i>	<i>P-Values</i>
PK -> PPK -> NB	0.153	5.457	0.000
MS -> PPK -> NB	0.205	5.073	0.000

(Sumber: Data Primer diolah, 2026)

Berdasarkan table 3.11 terlihat bahwa variabel pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha melalui pola pikir kewirausahaan sebagai variabel mediasi memiliki pengaruh positif terhadap niat berwirausaha, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien *original sample* sebesar 0.153 dan nilai *p-values* sebesar 0.000. Dan juga variabel media sosial terhadap niat berwirausaha melalui pola pikir kewirausahaan sebagai variabel mediasi memiliki pengaruh positif terhadap niat berwirausaha, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien *original sample* sebesar 0.205 dan nilai *p-value* sebesar 0,000.

Pembahasan

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pendidikan kewirausahaan yang diterima oleh mahasiswa, maka akan semakin tinggi juga niat mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), khususnya pada aspek *attitude toward the behavior* yaitu pendidikan kewirausahaan dapat membentuk sikap positif

mahasiswa terhadap aktivitas berwirausaha, yang kemudian mendorong munculnya niat untuk melakukannya. Hasil penelitian oleh Lin et al. (2023) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa karena pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa secara langsung dan bukan hanya teori saja, tetapi kemampuan seperti menyusun rencana bisnis, mengelola risiko, dan mengenali peluang pasar.

Pengaruh Media Sosial terhadap Niat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial, maka semakin besar juga niat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), terutama pada aspek norma subjektif, yaitu media sosial membantu mahasiswa memperoleh dukungan sosial, ide-ide baru, dan pengaruh positif dari lingkungan digital, seperti teman, komunitas bisnis, *influencer*, dan pengusaha yang mereka ikuti. Dukungan dan pengaruh tersebut dapat membentuk persepsi mahasiswa bahwa berwirausaha sebagai aktivitas yang bernilai positif, sehingga mendorong munculnya niat berwirausaha. Penelitian oleh Sutrisno, et al. (2023) menunjukkan bahwa media sosial pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Hal ini dikarenakan penggunaan media sosial untuk mempelajari kewirausahaan sangat memengaruhi mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha.

Pengaruh Pola Pikir Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pola pikir kewirausahaan biasanya lebih mampu melihat peluang bisnis, berpikir kreatif dan inovatif. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Ramadani et al. (2023), bahwa pola pikir kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, karena seseorang dengan memiliki pola pikir kewirausahaan yang tinggi cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk memulai usaha mereka sendiri dan lebih terbuka dengan peluang berwirausaha. Afyati et al. (2023) mengungkapkan bahwa pola pikir kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, karena semakin tinggi pola pikir kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa, akan semakin kuat motivasi mereka untuk memilih kewirausahaan sebagai jalan karir mereka di masa depan. Selain itu, penelitian oleh Ansori et al. (2024) mengungkapkan bahwa pola pikir kewirausahaan sangat penting bagi mahasiswa, karena dapat membantu untuk memahami peluang usaha, mengurangi ketakutan akan kegagalan, dan meningkatkan kesiapan mereka untuk menjadi seorang wirausaha.

Pola Pikir Kewirausahaan Memediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan secara signifikan memediasi hubungan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan pengetahuan mengenai konsep dan proses menjalankan usaha, tetapi juga dapat membentuk cara mahasiswa dalam melihat peluang, menghadapi risiko, berpikir kreatif, dan menyelesaikan masalah. Temuan ini didukung oleh Mukhtar et al. (2021) yang menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan berperan sebagai

mediator hubungan pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha. Penelitian tersebut menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir kewirausahaan dan berkontribusi terhadap terbentuknya niat berwirausaha mahasiswa. Sulistyowati et al. (2026) mengungkapkan bahwa pola pikir kewirausahaan berpengaruh signifikan memediasi hubungan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat dilakukan melalui proses psikologi, yakni dengan membentuk pola pikir kewirausahaan terlebih dahulu sebelum mendorong terbentuknya niat berwirausaha.

Pola Pikir Kewirausahaan Memediasi Pengaruh Media sosial terhadap Niat Berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan secara signifikan memediasi hubungan media sosial terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Peran media sosial dalam mendorong niat berwirausaha tidak hanya bergantung pada jumlah informasi yang didapatkan, melainkan sejauh mana mahasiswa mampu memaknai dan mengolah informasi tersebut menjadi peluang usaha yang nyata. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Sukarja et al. (2024) yang menemukan bahwa pola pikir kewirausahaan berperan dalam menjelaskan bagaimana informasi dan peluang yang diperoleh dari media sosial dapat mendorong niat berwirausaha mahasiswa secara lebih optimal. Hal ini menunjukkan bahwa informasi, inspirasi, dan peluang usaha yang didapat melalui media sosial lebih mendorong niat berwirausaha pada mahasiswa yang memiliki pola pikir kewirausahaan yang kuat. Nurfaizal (2025) mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap niat berwirausaha, sementara pola pikir kewirausahaan membantu mahasiswa mengubah informasi pasif (konten yang mereka lihat) menjadi tindakan berupa pengenalan dan peluang usaha.

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pendidikan kewirausahaan yang diterima mahasiswa, baik melalui perkuliahan maupun kegiatan pendukung lainnya, maka akan semakin tinggi niat mereka untuk berwirausaha. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha pada Mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan media sosial, semakin tinggi niat berwirausaha mahasiswa. Pola pikir kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pola pikir kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih mampu untuk melihat peluang, berpikir kreatif dan inovatif, berani mengambil risiko, dan memiliki keyakinan untuk memulai usaha mereka sendiri. Kondisi tersebut dapat mendorong niat berwirausaha mahasiswa. Pola pikir kewirausahaan memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak hanya memengaruhi niat berwirausaha secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui pembentukan pola pikir kewirausahaan terlebih dahulu, sehingga pendidikan kewirausahaan yang efektif perlu dirancang untuk membentuk cara pandang dan keberanian mahasiswa dalam menghadapi risiko. Pola pikir kewirausahaan memediasi pengaruh media sosial terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa informasi, inspirasi, dan peluang usaha yang diperoleh mahasiswa melalui media sosial akan lebih efektif mendorong niat berwirausaha apabila mahasiswa telah memiliki pola pikir

kewirausahaan yang baik, karena pola pikir tersebut membantu mahasiswa memanfaatkan informasi yang diperoleh secara optimal.

Referensi

- Afiyati, R. R., Sudarno, & Noviani, L. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan pola pikir kewirausahaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 335–342.
- Agusni, D. Y., & Nuringsih, K. (2024). Efek pendidikan kewirausahaan dan media sosial. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(3), 762–769.
- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas komunikasi dan bisnis telkom university. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–159.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Andriani, A. E., & Sulistyorini, S. (2022). Penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa selama pandemi Covid-19. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 10(1), 63-70.
- APJII. (2025). *Survei Internet APJII 2025: Laporan Penetrasi Internet di Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Astrama, M., Agustina, M. D. P., Astawa, P. P., Wimba, G. A., & Sadiartha, N. G. (2025). Analisis pembelajaran kewirausahaan dalam memoderasi pengaruh attitude towards entrepreneurship terhadap intensi wirausaha mahasiswa jurusan ekonomi manajemen di Denpasar, Bali. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(4), 405–424.
- Badan Pusat Statistik. (2025, November). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT). *Badan Pusat Statistik Republik Indonesia*.
- Badawi, A., Aditi, B., & Setiamy, A. A. (2022). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, ketersediaan informasi, terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEB Unhar dengan self efficacy sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Ilmu Komunikasi*, 3(1), 227–238.
- Daniel, & Handoyo, E. S. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan, dan motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 944–952.
- Effendy, F., Awalludin, D., Hurriyati, R., Disman, D., Sultan, M. A., Nugraha, S., & Suhono, S. (2021). Dampak pendidikan kewirausahaan terhadap niat wirausaha mahasiswa dengan pendekatan model TPB. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 195-202.
- Fadilah, M. R., & Numalasari, F. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan lingkungan keluarga melalui pola pikir wirausaha terhadap intensi berwirausaha Siswa Menengah

Atas: Studi Kasus SMA Labschool Cibubur. *Jurnal Konatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 1(1).

- Falabibah, Z., Norisanti, N., & Saori, S. (2024). The influence of entrepreneurial mindset and family environment on entrepreneurial interest with self-efficacy as a mediating variable (survey of students at Muhammadiyah University of Sukabumi) pengaruh entrepreneurial mindset dan lingkungan keluarga. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 6063–6070.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.
- Hutasoit, E. S., Siburian, M., Dea, A., Sitepu, L., & Hia, E. Y. (2025). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(11), 12642–12647.
- Irawansyah, Yulianti, M. S., & Pertiwi, A. N. (2025). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media. *Journal of Education and Research (JEDARR)*, 4(2), 265–277.
- Kadiyono, A. L. (2017). Pengaruh emotional capital terhadap intensi berwirausaha pada siswa setara SMA Di Jatinangor. *Sosiohumaniora*, 19(2), 167-176.
- Kardila, K., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pola Pikir Kewirausahaan, Kreativitas terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 1026-1034.
- Lin, C., Pan, Y., Yu, Y., Feng, L., & Chen, Z. (2023). The influence mechanism of the relationship between entrepreneurial learning and entrepreneurial intention. *Frontiers in psychology*, 13, 1023808.
- Listiawati, M., Dyah, C., & Susantiningrum. (2020). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha di mahasiswa FKIP UNS. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(1), 27–36.
- Mukhtar, S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 8(1), 1918849.
- Mustomi, D., Ulum, K., Puspasari, A., & Azizah, A. (2021). Faktor penghambat minat berwirausaha dikalangan mahasiswa (studi survei). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 69–74.
- Noegroho, A., Yusuf, D., Farkhah, L., & Septian, S. D. (2024). Pengaruh mindset kewirausahaan, pemanfaatan ai, kreativitas, dan minat berwirausaha terhadap tingkat keberhasilan rintisan usaha mahasiswa. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 3(3), 172–183.
- Pramesti, K. D., Meisya, N. I., & Amrillah, R. (2024). Relevansi lulusan perguruan tinggi dengan dunia kerja. *An Najah (Jurnal Pendidikan Islam dan Sosial Keagamaan)*, 3(4),

236-243.

- Ramadani, G., Sadiyah, A., & Srigustini, A. (2023). Pengaruh entrepreneurial mindset terhadap minat berwirausaha dan implikasinya terhadap keputusan berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(3), 497–513.
- Sa'adah, S. R., Wahyudi, S., & Najib, M. T. A. (2025). Does Entrepreneur Education Affect Entrepreneurial Intentions: The Moderating Entrepreneurial Mindset. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 8(1), 16-23.
- Sukarja, S., Wibowo, A., & Suparno, S. (2024). Entrepreneurial knowledge, social media, and entrepreneurial readiness: the mediating role of entrepreneurial mindset. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 17(2), 135-147.
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Eka Astra Susilawaty 1 Politeknik Negeri Ujung Pandang, Indonesia. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1–15.
- Sutrisno, S., Prabowo, H., & Kurniawan, B. (2023). The effect of entrepreneurship education and social media on student's entrepreneurial intention: the perspective of theory of planned behaviour and social media use theory. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran, dan Pembelajaran*, 9(4), 1218-1229.
- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). Analisis pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(2006), 74–79.
- Wardhani, K. E. K., Puruwita, D., & Krissanya, N. (2025). Pengaruh efikasi diri, sikap, dan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha siswa SMKN 48 Jakarta. *JAE (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 10(1), 124-143.