

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengangguran merupakan salah satu masalah sosial dalam pembangunan negeri. Dengan adanya pengangguran pada suatu masyarakat artinya alokasi sumber daya manusia dan jumlah lapangan pekerjaan terdapat ketidaksesuaian. Pengangguran akan menjadi ancaman serius bagi masyarakat karena dapat menimbulkan masalah sosial lain seperti kriminalitas yang didasarkan pada tingkat perekonomian yang rendah.

Tabel 1. 1 Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Yang Ditamatkan Tahun 2019-2021

Pendidikan yang ditamatkan	2019	2020	2021
Tidak/belum pernah sekolah	40,771	31,379	23,905
Tidak/belum tamat SD	347,712	428,813	431,329
SD	865,778	1,410,537	1,393,492
SLTP	1,137,195	1,621,518	1,604,448
SLTA Umum/SMU	2,008,035	2,662,444	2,472,859
SLTA Kejuruan/SMK	1,739,625	2,326,599	2,111,338
Akademi/Diploma	218,954	305,261	216,024
Universitas	746,354	981,203	848,657
Total	7,104,424	9,767,754	9,102,052

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021.

Pengangguran dapat disebabkan oleh penyerapan tenaga kerja di Indonesia yang tergolong cukup lambat, hal ini dibuktikan dengan tingginya jumlah. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 9.102.052 orang pada

tahun 2021 dengan 848.657 orang merupakan lulusan universitas (Kompas.com, 2021). Berdasarkan data di atas juga terlihat bahwa lulusan universitas menyumbang 102.303 orang pengangguran dalam 2 tahun terakhir. Melihat hal ini, mahasiswa harus siap untuk bersaing dan berkompetisi mengenai keahlian di bidang masing-masing saat lulus dari universitas untuk mencari pekerjaan (Nisa & Murniawaty, 2020).

Seiring dengan tingginya angka tersebut, berwirausaha menjadi salah satu solusi alternatif untuk memperluas lapangan pekerjaan (Mutiarasari, 2018). Dengan melakukan kegiatan berwirausaha, diharapkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan sehingga bisa berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat (Suryadi, 2019). Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia telah berkoordinasi dengan kementerian/lembaga terkait agar kewirausahaan menjadi jalan keluar bagi para pencari kerja (Mediaindonesia.com, 2021). Di mana salah satunya yaitu kaum muda dituntut untuk dapat berpikir kreatif untuk menjadi seorang *entrepreneurship* (Suratno et al., 2020).

Kegiatan berwirausaha tak hanya mengurangi tingkat pengangguran akan tetapi berwirausaha juga merupakan upaya untuk membantu pertumbuhan ekonomi (Mutiarasari, 2018). Di tengah himpitan ekonomi yang semakin besar dan lapangan pekerjaan yang semakin sempit, kewirausahaan dirasakan sebagai jalan yang paling efektif untuk membangkitkan kembali kehidupan perekonomian masyarakat (Purnomo, 2017). Selain membantu untuk memperbaiki pertumbuhan ekonomi,

wirausaha juga bisa meningkatkan sumber daya manusia khususnya di Indonesia yang masih termasuk ke dalam negara berkembang.

Dengan meningkatnya kegiatan berwirausaha maka akan meningkat pula pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Wakil Presiden Republik Indonesia menuturkan, generasi muda menjadi salah satu unsur utama penggerak kewirausahaan karena Indonesia memiliki porsi penduduk usia muda yang besar (Kominfo.go.id, 2020).

Salah satu bentuk kewirausahaan riil yang ada di tengah masyarakat adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM terus berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) dari tahun ke tahun. Kontribusi UMKM terhadap PDB atas dasar harga konstan sebesar Rp 7.034,1 triliun pada 2019, naik 22,9% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 5.721,1 triliun. Sementara kontribusi UMKM terhadap PDB atas dasar harga berlaku sebesar Rp 9.580,8 triliun. Kontribusi ini naik 5,7% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 9.062,6 triliun.

Hal ini menjadi bukti bahwa kewirausahaan efektif untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui kontribusinya pada peningkatan pertumbuhan perekonomian sekaligus pemerataan pertumbuhan ekonomi (Databoks.com, 2021). Secara nasional, berdasarkan Data dari Global Entrepreneurship Index (GEI) pada tahun 2019, Indonesia hanya mampu mendapatkan skor 26% wirausahawan dari berbagai bidang pekerjaan dan menduduki peringkat 94 dari 137 negara yang turut serta dalam survey tersebut. Di samping itu, dalam skala nasional menurut riset IDN Research

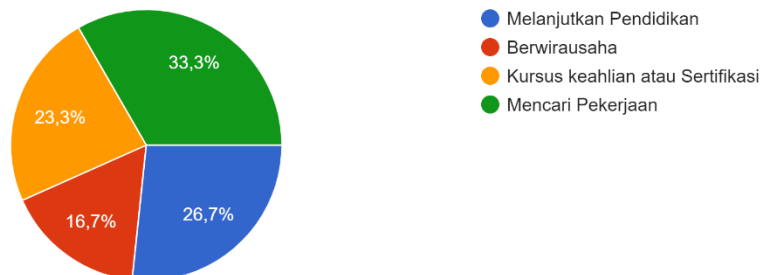
Institute pada tahun 2019, sebesar 69,1% millennial di Indonesia memiliki minat berwirausaha, hal ini akan menjadi potensi yang baik jika mendapatkan pola pengembangan yang terstruktur (GEI Report, 2019).

Sedangkan dalam skala regional khususnya di DKI Jakarta, jumlah wirausahawan terbilang cukup rendah, dalam bentuk kecil dan sederhana yaitu UMKM, jumlah wirausahawan UMKM yang terdaftar dan terbina di DKI Jakarta pada tahun 2021 hanya 289.370 masih jauh dari jumlah penduduk di DKI yang tercatat sekitar 10.562.088 penduduk 10.557.810 (Viva.co.id, 2021).

Oleh sebab itu, hal ini tentu akan jadi perhatian lebih oleh mahasiswa milenial untuk mempersiapkan wirausaha, Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mengatakan bahwa rasio ideal antara jumlah wirausahawan dan penduduk yaitu 4%, artinya butuh 422.483 wirausahawan di DKI Jakarta. Persiapan yang matang untuk menumbuhkan niat berwirausaha di kalangan milenial akan menjadi penting untuk mencapai rasio tersebut dan mahasiswa salah satu bagian yang harus berperan dalam menumbuhkan niat berwirausaha tersebut (Liputan6.com, 2021).

Dalam skala yang lebih kecil khususnya di Universitas Negeri Jakarta, intensi untuk berwirausaha pada mahasiswa masih kurang berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti secara acak kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi untuk mengetahui gambaran awal mengenai intensi berwirausaha, didapatkan hasil sebagai berikut:

Rencana setelah lulus dari Universitas
30 jawaban

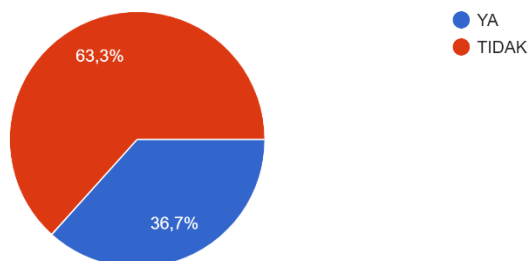


Gambar 1. 1 Hasil Pertanyaan Pra Riset

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

Dalam data yang diperoleh dari lingkup Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi, 33,3% mahasiswa atau 10 orang lebih tertarik untuk mencari pekerjaan, 26,7% atau 8 orang memilih untuk melanjutkan Pendidikan, 23,3% atau 7 orang memilih untuk kursus keahlian (sertifikasi) dan hanya 16,7% atau 5 orang yang tertarik berwirausaha setelah lulus dari universitas. Dapat disimpulkan bahwa intensi (niat) untuk berwirausaha setelah lulus dari universitas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi masih terbilang rendah.

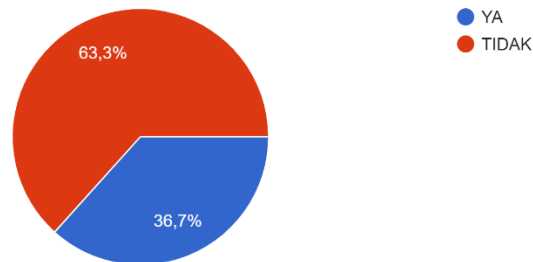
Saya mempunyai keinginan untuk melakukan kegiatan berwirausaha
30 jawaban



Gambar 1. 2 Hasil Pertanyaan Pra Riset

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

Ketika menjalankan kegiatan berwirausaha saya bersedia untuk bekerja keras dan menerima segala resiko yang ada dalam berwirausaha
30 jawaban



Gambar 1. 3 Hasil Pertanyaan Pra Riset

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

Intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta juga terbilang rendah dibuktikan oleh hasil pra riset yang dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan data yang dihasilkan dari pra riset pada gambar I.2, sebanyak 63,3% mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta tidak memiliki keinginan untuk melakukan kegiatan berwirausaha.

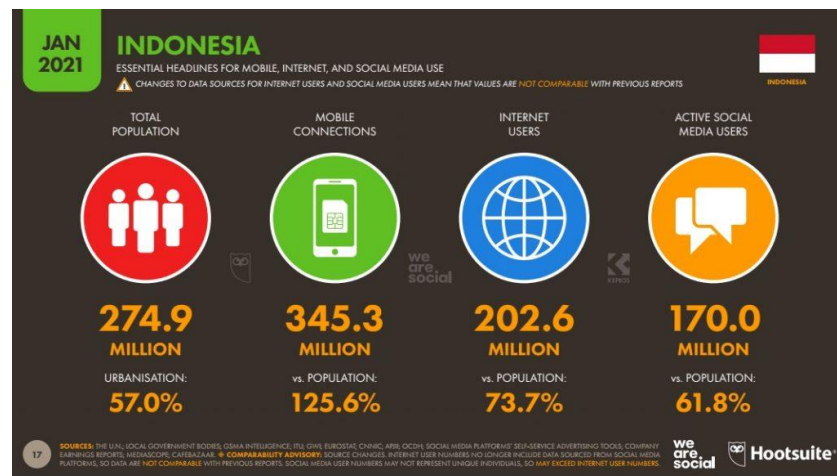
Pada gambar I.3 juga menyebutkan bahwa salah satu alasan kurangnya niat untuk berwirausaha yakni saat akan memulai berwirausaha, mereka tidak memiliki rasa ketersediaan untuk menanggung semua risiko yang ada ketika menjalani kegiatan wirausaha tersebut. Risiko yang ada contohnya seperti risiko produksi, risiko pemasaran, risiko *financial*, risiko sumber daya manusia dan lingkungan, dan risiko lainnya (idntimes.com, 2021).

Dalam hal meningkatkan kepercayaan diri dan berani menanggung risiko dari kegiatan wirausaha diperlukan adanya motivasi berwirausaha.

Beberapa faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha diantaranya adalah adanya motivasi berwirausaha pada diri sendiri (Dewi et al., 2021). Guna menumbuhkan intensi berwirausaha bagi mahasiswa, selain adanya keinginan dan tekad yang kuat yang berasal dari dalam diri seseorang untuk berwirausaha, niat berwirausaha yang tinggi juga akan merangsang mahasiswa, dengan rangsangan itulah mahasiswa dapat mempunyai tujuan (Dewi et al., 2021).

Motivasi berwirausaha mempunyai beberapa indikator diantaranya mempunyai dorongan dalam diri seseorang, motivasi untuk mengarahkan seseorang, dan mempunyai motivasi untuk melakukan kegiatan usaha atau berwirausaha (Purnomo, 2017). Selain motivasi berwirausaha, peneliti melihat bahwa sosial media juga baik untuk mempengaruhi niat berwirausaha bagi mahasiswa khususnya sebagai wadah mempromosikan kegiatan usahanya. Ditambah dengan teknologi untuk mengakses berbagai media sosial saat ini yang semakin canggih dan terus berkembang, dapat memudahkan semua golongan untuk menjadi wirausaha (Dewi et al., 2021).

Media sosial memungkinkan wirausahawan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan pelanggan, serta dapat meningkatkan layanan dan memasarkan produk dengan baik sehingga terjalin hubungan yang baik pula antara wirausahawan dengan pelanggan (Firman & Putra, 2020). Oleh karena itu, sosial media menjadi peran penting bagi setiap orang, salah satunya bagi seorang wirausahawan.



Gambar 1. 4 Data Pengguna Internet dan Sosial Media di Indonesia

Sumber: Hootsuite - We Are Social (2021).

Menurut Hootsuite (2021) pada tahun 2021, pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta atau 73,7% dari jumlah populasi di Indonesia. Sedangkan pengguna sosial media aktif di Indonesia mencapai 170 juta atau 61,8% dari jumlah populasi di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet dan khususnya sosial media di Indonesia terbilang cukup tinggi, karena melebihi dari setengah jumlah populasi yang ada. Platform sosial media yang sering digunakan oleh masyarakat terdiri dari *Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, WhatsApp, Line, Youtube*, dan yang lainnya.

Hal yang tidak kalah penting selain pemanfaatan sosial media dan motivasi berwirausaha, seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan. Ada kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan, maka akan sulit berkembang dan berhasil. Sebaliknya, memiliki pengetahuan dan kemampuan, tetapi tidak

disertai dengan kemauan, maka tidak akan terwujud menjadi wirausahawan (Rahmansyah, Anugrah Putra, Hardi Mulyono, 2021).

Penumbuhan niat berwirausaha tidak dapat dilakukan serta merta tanpa adanya pendidikan dan pelatihan yang dapat menggerakkan jiwa kewirausahaan seseorang (Hendrawan & Sirine, 2017). Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan. Untuk menjadi wirausaha yang sukses diperlukan perencanaan bisnis yang matang dan berani untuk mengambil risiko yang akan terjadi dalam menjalankan bisnis tersebut (Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, 2020).

Tujuannya tidak lain agar mahasiswa memiliki mental berwirausaha serta mendorong untuk menjadi wirausaha yang sesungguhnya setelah mereka lulus sehingga wirausaha di Indonesia bertambah dan dapat mengurangi angka pengangguran (Nisa & Murniawaty, 2020). Pengetahuan kewirausahaan diharapkan dapat mendorong mahasiswa untuk lebih tertarik berwirausaha dan menghasilkan produk atau ide bisnis yang dapat diciptakan dan dipasarkan (Firman & Putra, 2020).

Pengetahuan kewirausahaan dapat diperoleh dari mata kuliah kewirausahaan, mata kuliah kewirausahaan dapat berupa teori maupun praktek di lapangan dengan menjual sebuah produk (Abdullah & Septiany, 2019). Marfuah (2021) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan ini menjadi pondasi awal dalam menjalankan wirausaha, banyak hal yang harus dipelajari dalam berwirausaha, belajar pula tentang kode etik dalam berwirausaha, belajar bagaimana membangun *trust* kepada konsumen,

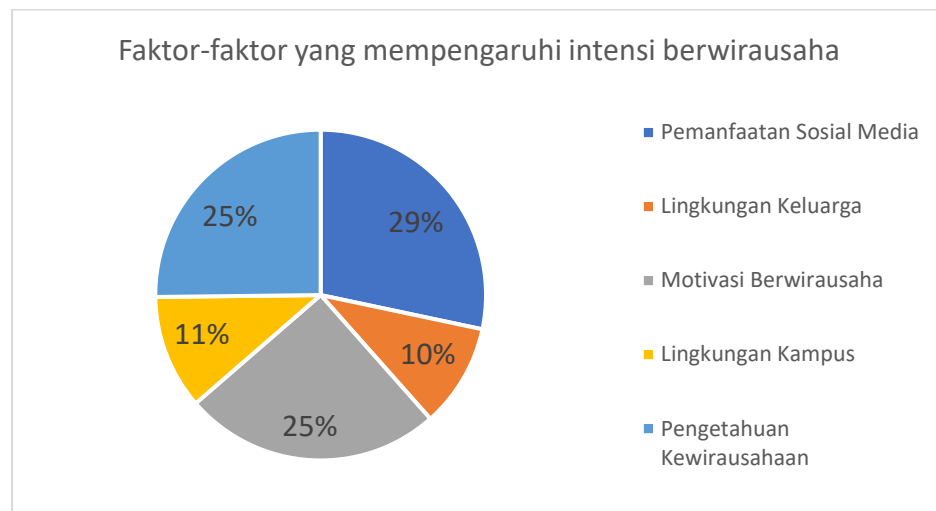
konsisten dalam branding, dan memahami dan menerima berbagai karakter yang dimiliki oleh para konsumen.

Suratno et al (2020) menyatakan dalam wirausaha juga wirausahawan harus cermat dalam memanfaatkan peluang-peluang yang ada agar usaha dapat terus berjalan dengan baik dan memperoleh keuntungan. Hal-hal tersebut dapat membawa pelaksanaan dari kewirausahaan itu sendiri menjadi lebih efektif dan meningkatkan niat untuk berwirausaha. Peneliti juga melihat selain adanya pengetahuan kewirausahaan yang mumpuni, adanya lingkungan kampus yang baik akan mempengaruhi intensi untuk berwirausaha.

Di lingkungan kampus, mahasiswa dapat berinteraksi dengan dosen, teman satu kelas, dan orang yang mereka temui. Lingkungan kampus dapat memperkuat dan memperlemah pengaruh pengetahuan mata kuliah kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa (Firman & Putra, 2020). Lingkungan kampus memiliki pengaruh terhadap intensi (niat) wirausaha mahasiswa karena menunjukkan mahasiswa dapat berinteraksi dengan dosen di lingkungan kampus. Misalnya keinginan mahasiswa untuk menjadi pengusaha setelah dosen berbagi informasi tentang contoh pengusaha sukses. Hubungan mahasiswa-mahasiswa, di mana teman-teman kuliah juga memberikan dorongan yang tinggi kepada sesama mahasiswa untuk menjadi wirausaha, karena ternyata ada mahasiswa yang memulai berwirausaha di lingkungan kampus (Firman & Putra, 2020).

Ketika berada di luar rumah faktor lingkungan kampus dapat mempengaruhi intensi berwirausaha, tetapi jika berada di dalam rumah peneliti juga melihat adanya faktor lingkungan keluarga yang baik dapat mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa. Seseorang yang mempunyai latar belakang atau lingkungan keluarga wirausaha dengan pengetahuan yang diajarkan sejak kecil tentu berbeda dengan seseorang yang tidak mempunyai latar belakang wirausaha. Siapa pun yang mempunyai latar belakang keluarga wirausaha tentu akan lebih berani dalam mengambil keputusan dan mengambil risiko dari keputusan itu (Aini & Farah, 2020).

Dari beberapa faktor di atas yang peneliti lihat di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan didukung dengan adanya penelitian terdahulu. Peneliti tertarik untuk melakukan pra riset lebih dalam terhadap faktor-faktor tersebut yang dapat mempengaruhi intensi berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pra riset dilakukan dengan membagikan angket pertanyaan umum yang menjurus pada 5 faktor yang peneliti dapatkan yaitu motivasi berwirausaha, pemanfaatan sosial media, pengetahuan kewirausahaan, lingkungan kampus, dan lingkungan keluarga kepada 30 mahasiswa terkait intensi berwirausaha. Berikut hasil pra riset yang didapatkan oleh peneliti:



Gambar 1. 5 Hasil Pertanyaan Pra Riset

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

Berdasarkan data di atas, peneliti menyajikan beberapa faktor yang mempengaruhi intensi (niat) berwirausaha seperti pemanfaatan sosial media, lingkungan keluarga, motivasi berwirausaha, lingkungan kampus dan pengetahuan berwirausaha. Berdasarkan data tersebut, didapatkan faktor dengan presentase tertinggi yaitu pemanfaatan sosial media sebesar 29%, pengetahuan kewirausahaan sebesar 25%, dan motivasi berwirausaha sebesar 25%. Sedangkan presentase terendah atau yang dapat dikatakan kurang mempengaruhi intensi untuk berwirausaha adalah lingkungan kampus sebesar 11% dan lingkungan keluarga sebesar 10%.

Dapat dikatakan intensi berwirausaha tidak muncul begitu saja tetapi butuh adanya rangsangan atau faktor yang mempengaruhi sebagaimana dikatakan Murniati et al (2019) intensi (niat) berwirausaha muncul karena adanya dorongan untuk membuktikan secara langsung apa yang diperoleh dari pengetahuan dan informasi. Tiga faktor tertinggi yang mempengaruhi

intensi berwirausaha berdasarkan hasil pra penelitian yaitu Pemanfaatan Sosial Media, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Motivasi berwirausaha. Peneliti tertarik untuk mendalami 3 faktor tersebut dan peranannya dalam menumbuhkan niat untuk berwirausaha, di samping itu peneliti juga berasumsi jika 3 faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha maka akan dapat menciptakan wirausahawan-wirausahawan muda di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Faktor yang pertama yakni pengetahuan kewirausahaan, dari data pra riset yang dilakukan oleh Peneliti, terdapat 3 indikator dalam faktor pengetahuan kewirausahaan, indikator tersebut adalah berpikir kreatif, bertindak inovatif dan memanfaatkan peluang yang ada (Suratno et al., 2020). Hasil dari ketiga indikator tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa akan berpikir se kreatif mungkin mengenai ide wirausahanya sendiri sebanyak 83,3% serta bertindak inovatif agar produk dalam usahanya berbeda dengan orang lain sebanyak 80% dan memanfaatkan peluang yang ada ketika berwirausaha sebanyak 76,7%.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap intensi berwirausaha setelah pengetahuan kewirausahaan yaitu dimilikinya motivasi untuk berwirausaha. Motivasi berwirausaha penting guna mengidentifikasi peluang usaha baru yang akan menumbuhkan niat untuk berwirausaha. Dalam data pra riset yang dilakukan peneliti, sebanyak 83,3% mahasiswa mempunyai motivasi untuk melakukan kegiatan usaha atau berwirausaha. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri

Jakarta memiliki motivasi untuk memulai wirausaha dan tentunya motivasi ini tidak terdapat unsur paksaan atau murni hasil keinginan diri sendiri.

Mahasiswa yang sudah mempunyai pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap niat berwirausaha akan lebih optimal jika dibantu dengan pemanfaatan sosial media dalam menjalankan usahanya. Dari data pra riset yang dilakukan oleh Peneliti, sebanyak 83,3% mahasiswa mengatakan bahwa mereka pernah melihat konten-konten atau kegiatan wirausaha orang lain melalui sosial media. Jika suatu merek/produk akan diluncurkan, media sosial digunakan untuk menyebarkan informasi yang membuat teman atau pengikut penasaran (Firman & Putra, 2020).

Adopsi sosial media akan mampu meningkatkan kinerja pengusaha. Adopsi teknologi informasi dan turunannya termasuk sosial media merupakan hal yang penting dilakukan oleh wirausaha. Kemampuan adopsi ini akan memajukan bisnis dan meningkatkan keuntungan. Sosial media mewakili cara yang benar-benar efektif untuk berinteraksi (bahkan dalam skala global) dengan pelanggan dan pemasok potensial, mereka menjadi fenomena yang relevan digunakan dalam bisnis (Chaniago & Sayuti, 2019).

Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan oleh peneliti, faktor yang memiliki pengaruh dengan hasil persentase tertinggi terhadap intensi berwirausaha yaitu pemanfaatan sosial media, motivasi berwirausaha, dan pengetahuan kewirausahaan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha Dimediasi oleh Pemanfaatan Sosial Media”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan untuk penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha?
2. Apakah terdapat pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Intensi Berwirausaha?
3. Apakah terdapat pengaruh Pemanfaatan Sosial Media terhadap Intensi Berwirausaha?
4. Apakah terdapat pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha?
5. Apakah terdapat pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha melalui Pemanfaatan Sosial Media?
6. Apakah terdapat pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Intensi Berwirausaha melalui Pemanfaatan Sosial Media?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah dirumuskan maka yang akan menjadi tujuan penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengetahui Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Mengetahui Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

3. Mengetahui Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Mengetahui Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Mengetahui Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha melalui Pemanfaatan Sosial Media pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
6. Mengetahui Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Intensi Berwirausaha melalui Pemanfaatan Sosial Media pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta referensi terbaru secara ilmiah dalam bidang pendidikan yang berkaitan dengan intensi berwirausaha, pemanfaatan sosial media, motivasi berwirausaha, dan pengetahuan mengenai kewirausahaan.

2. Praktis

a. Peneliti

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai penambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai pendidikan dan kewirausahaan.

b. Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi perpustakaan Universitas Negeri Jakarta serta dapat menambah informasi dan referensi bagi civitas akademika yang ingin melakukan penelitian mengenai kewirausahaan.

c. Fakultas Ekonomi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk perpustakaan Fakultas Ekonomi serta dapat menjadi masukan positif bagi Fakultas Ekonomi untuk mengembangkan kompetensi mahasiswa dalam berwirausaha.

d. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi, wawasan, dan bahan referensi terbaru yang bermanfaat dan relevan bagi penelitian selanjutnya tentang masalah Pendidikan dan kewirausahaan.