

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MELALUI ENTREPRENEURIAL
KNOWLEDGE DI SMAN 1 SURABAYA KELAS XI**

Fernanda Amalia Putri¹, Wida Wulandari²

^{1,2}Universitas Negeri Surabaya

¹fernandaamaliaputri@gmail.com, ²widawulandari@unesa.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media social Tiktok dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha dengan entrepreneurial knowledge sebagai variabel mediasi pada siswa kelas XI SMAN 1 Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media social Tiktok dan motivasi berwirausaha positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha maupun entrepreneurial knowledge siswa. Selain itu, entrepreneurial knowledge juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha serta mampu memediasi penggunaan media social Tiktok dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha siswa. Dengan demikian, penggunaan media social Tiktok, Motivasi berwirausaha, dan entrepreneurial knowledge memiliki peran penting dalam meningkatkan Minat berwirausaha siswa kelas XI SMAN 1 Surabaya.

Keywords: Entrepreneurial Knowledge, Minat Berwirausaha, Motivasi Berwirausaha, Penggunaan Media Sosial Tiktok,, SEM-PLS.

ABSTRAK

This study aims to analyze the influence of TikTok social media use and entrepreneurial motivation on entrepreneurial interest, with entrepreneurial knowledge as a mediating variable, among 11th-grade students at SMAN 1 Surabaya. This study employs a quantitative approach using SEM-PLS analysis. The results indicate that the use of the social media platform TikTok and entrepreneurial motivation have positive and significant effects on both students' entrepreneurial interest and entrepreneurial knowledge. Furthermore, entrepreneurial knowledge also has a positive and significant effect on entrepreneurial interest and mediates the relationship between the use of TikTok and entrepreneurial motivation and students' entrepreneurial interest. Thus, the use of the social media platform TikTok, entrepreneurial motivation, and entrepreneurial knowledge play an important role in increasing the entrepreneurial interest of 11th-grade students at SMAN 1 Surabaya.

Keywords: *Entrepreneurial Interest, Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Motivation, SEM-PLS, Use of TikTok,*

A. Pendahuluan

Tingginya angka pengangguran lulusan sekolah menengah menunjukkan pentingnya upaya menumbuhkan minat berwirausaha sejak dini melalui pendidikan. Di era digital, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga berkembang menjadi media pembelajaran dan sumber informasi kewirausahaan (Wati et al., 2025).

Salah satu platform yang memiliki potensi besar adalah TikTok, yang menyediakan berbagai konten edukatif mengenai peluang usaha, pemasaran digital, pengelolaan bisnis (Karunia et al., 2025), serta pengalaman praktis para pelaku usaha. Selain pemanfaatan media sosial, motivasi berwirausaha juga menjadi faktor penting yang mendorong individu untuk mengenali peluang, berani mengambil risiko, dan memiliki keinginan membangun usaha. Namun, pemanfaatan TikTok oleh siswa masih lebih banyak diarahkan untuk hiburan dibandingkan sebagai media pembelajaran kewirausahaan, sehingga pengetahuan kewirausahaan yang

diperoleh belum optimal (Sirait et al., 2025).

Pengetahuan kewirausahaan (*entrepreneurial knowledge*) berperan penting dalam membentuk kemampuan individu memahami konsep bisnis, mengenali peluang usaha, serta mengambil keputusan yang tepat (Ilmu et al., 2025). Pengetahuan tersebut dapat diperoleh melalui pembelajaran formal maupun pemanfaatan media digital seperti TikTok. Semakin baik pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki, semakin besar peluang seseorang memiliki minat untuk berwirausaha. Oleh karena itu, *entrepreneurial knowledge* dipandang sebagai mekanisme yang menjelaskan bagaimana penggunaan media sosial TikTok dan motivasi berwirausaha dapat meningkatkan minat berwirausaha siswa (Wibowo & Khan, 2024).

penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan media sosial TikTok dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui *entrepreneurial knowledge* pada siswa kelas XI SMAN 1 Surabaya. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris dalam

pengembangan kajian kewirausahaan digital pada jenjang pendidikan menengah.

B. Metode Penelitian

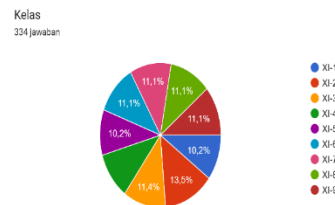
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh siswa kelas XI SMAN 1 Surabaya yang berjumlah 320 siswa dengan teknik sampling jenuh, sehingga seluruh populasi dijadikan sampel (Sugiyono (2013:85), n.d.). Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert dan tes *entrepreneurial knowledge*.

Analisis data dilakukan menggunakan SEM-PLS dengan bantuan SmartPLS 4 melalui pengujian *outer model* (validitas dan reliabilitas), *inner model* (R^2 , f^2 , dan Q^2), serta uji hipotesis berdasarkan nilai *path coefficient*, *t-statistic*, *p-value*, dan pengujian efek mediasi (Hair et, 2022). Pada bagian ini menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian yang dianggap perlu untuk memperkuat naskah yang dipublikasikan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 305 siswa kelas XI SMAN 1 Surabaya sebagai responden dengan teknik

sampling jenuh. Hasil evaluasi outer model menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas.



Gambar.1 Responden Berdasarkan kelas

Nilai outer loading berada di atas 0,70, nilai AVE masing-masing konstruk sebesar 0,669 (Penggunaan Media Sosial TikTok), 0,679 (Motivasi Berwirausaha), dan 0,699 (Minat Berwirausaha). Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability seluruh konstruk juga berada di atas 0,70, sedangkan pengujian Cross Loading, Fornell-Larcker Criterion, dan HTMT menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi validitas diskriminan.

	original sample	t statistics	p values
M -> Y	0,234	5,593	0,000
X1 -> M	0,490	14,742	0,000
X1 -> Y	0,414	12,099	0,000
X2 -> M	0,463	12,948	0,000
X2 -> Y	0,453	14,054	0,000

Tabel.1 hasil Path Coefficient

Hasil evaluasi inner model menunjukkan bahwa nilai R^2 Entrepreneurial Knowledge sebesar 0,607 (kategori sedang), yang berarti

60,7% variasi *Entrepreneurial Knowledge* dapat dijelaskan oleh penggunaan media sosial TikTok dan motivasi berwirausaha. Sementara itu, nilai R^2 Minat Berwirausaha sebesar 0,818 (kategori kuat), yang menunjukkan bahwa 81,8% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh penggunaan media sosial TikTok, motivasi berwirausaha, dan *Entrepreneurial Knowledge*. Hasil pengujian f^2 menunjukkan besarnya kontribusi masing-masing konstruk berada pada kategori kecil hingga besar, sedangkan nilai Q^2 yang lebih besar dari nol mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik.

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
<i>Entrepreneurial Knowledge</i>	0,607	0,605
Minat Berwirausaha	0,818	0,816

Tabel.2 hasil R^2

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media pembelajaran digital mampu meningkatkan pengetahuan kewirausahaan siswa melalui konten edukatif, pemasaran digital, dan pengalaman bisnis. Di sisi lain, motivasi berwirausaha mendorong

siswa untuk lebih aktif mempelajari dunia usaha sehingga memperkuat *Entrepreneurial Knowledge*.

Pengetahuan tersebut selanjutnya meningkatkan keyakinan dan kesiapan siswa untuk memilih wirausaha sebagai alternatif karier. Hasil penelitian ini mendukung Theory of Planned Behavior (AJZEN, 1991) yang menyatakan bahwa sikap, motivasi, dan kemampuan individu berperan dalam membentuk minat berwirausaha, serta sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa media sosial dan motivasi berwirausaha berkontribusi terhadap peningkatan *Entrepreneurial Knowledge* dan minat berwirausaha.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok dan motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *entrepreneurial knowledge*. Selain itu, penggunaan TikTok dan motivasi berwirausaha terbukti meningkatkan *entrepreneurial knowledge*, yang selanjutnya berkontribusi positif terhadap minat berwirausaha. Temuan ini

menegaskan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media pembelajaran kewirausahaan, disertai motivasi yang tinggi, dapat memperkuat pengetahuan kewirausahaan dan mendorong tumbuhnya minat berwirausaha pada siswa sekolah menengah.

DAFTAR PUSTAKA

- AJZEN, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. 211, 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)
- Hair et. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 1–16.
<https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Ilmu, J., Jie, E., No, V., Dan, M., Kewirausahaan, P., Minat, T., & Mahasiswa, B. (2025). *ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, MOTIVASI DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA*. 4(1), 121–133.
- Karunia, P., Cahyaningrum, D. R., & Apriani, E. (2025). *Entrepreneurship and Tourism Digital Marketing 's Big Potential on Tiktok Platform : Users , Audiences , And Social Media Competitions Journal of Management , Entrepreneurship and Tourism*. 3(2), 211–221.
- Sirait, H., Basuki, R. A., Djubair, R. A., Hardipura, G. T., & Endri, E. (2025). *Exploring the Diffusion of Digital Technologies in Higher Education Entrepreneurship : The Impact of the Utilization of AI and TikTok on Student Entrepreneurial Knowledge , Experience , and Business Performance*.
- Sugiyono (2013:85). (n.d.). *metode Penelitian Kuantitatif*.
- Wati, K. L., Ode, W., & Rajuddin, N. (2025). *Jurnal ekonomi dan bisnis*. 5(1), 206–213.
- Wibowo, I. D. F., & Khan, N. S. (2024). The role of self-efficacy: Entrepreneurial knowledge and attitude toward entrepreneurship to entrepreneurial intention. *Journal of Management and Business Insight*, 2(1), 1–14.
<https://doi.org/10.12928/jombi.v2i1.805>