

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
MEDIA SOSIAL, DAN LINGKUNGAN KELUARGA
TERHADAP KREATIVITAS BERWIRAUSAHA
MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS
TARUMANAGARA DI MASA PANDEMI COVID-19**



DIAJUKAN OLEH: NAMA:

MAUREEN OLIVIA NIM:

115170341

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
MEDIA SOSIAL, DAN LINGKUNGAN KELUARGA
TERHADAP KREATIVITAS BERWIRAUSAHA
MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS
TARUMANAGARA DI MASA PANDEMI COVID-19**



DIAJUKAN OLEH: NAMA:

MAUREEN OLIVIA NIM:

115170341

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Maureen Olivia

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115170341

Program Studi : S1 Manajemen

Alamat :

Telp.

HP.

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat dikonfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

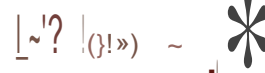
Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Oemikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 20 Juni 2021

Materai

Rp 10.000,-



Maureen Olivia,
Narna Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Maureen Olivia
NIM : 115170341
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Kreativitas Berwirausaha Mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara Di Masa Pandemi Covid-19

Jakarta, 18 Juni 2021

Pembimbing,



(Kartika Nuringsih, SE., MSi)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

ABSTRACT

(A) MAUREEN OLIVIA (115170341)

(B) *THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE, SOCIAL MEDIA, AND FAMILY ENVIRONMENT TOWARDS ENTREPRENEURIAL CREATIVITY DURING COVID-19 PANDEMIC*

(C) *xiv + 91 pages, 25 tables, 8 pictures, 3 attachments*

(D) *ENTREPRENEURSHIP*

(E) *Abstract: The purpose of this study was to find out and analyze the influence of entrepreneurial knowledge, social media, and family environment towards students creativity in entrepreneurship development during Covid-19 pandemic. The method used in this study was descriptive and quantitative research. The population used in this study was Bachelor students of Management study program, Faculty of Economics and Business, Tarumanagara University. The sample used were 100 students. The sampling method used were non-probability sampling and purposive sampling technique. Data was processed using SmartPLS and the results of this study showed that out of three hypotheses, there was one hypothesis that was not significant, it was family environment variable towards entrepreneurial creativity on Tarumanagara University Students of Management during the Covid-19 pandemic.*

Keywords: Entrepreneurial Knowledge, Media Social, Family Environment, Entrepreneurial Creativity

(F) KARTIKA NURINGSIH, SE., MSi

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

ABSTRAK

(A) MAUREEN OLIVIA (115170341)

(B) PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MEDIA SOSIAL, DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP KREATIVITAS BERWIRAUSAHA DI MASA PANDEMI COVID-19

(C) xiv + 91 halaman, 25 tabel, 8 gambar, 3 lampiran

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, media sosial, dan lingkungan keluarga terhadap kreativitas mahasiswa dalam pengembangan kewirausahaan pada masa pandemi Covid-19. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara. Sampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Data diolah menggunakan *SmartPLS* dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga hipotesis terdapat satu hipotesis yang tidak signifikan yaitu variabel lingkungan keluarga terhadap kreativitas berwirausaha mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara di masa pandemi Covid-19.

Kata kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, Lingkungan Keluarga, Kreativitas Berwirausaha

(F) KARTIKA NURINGSIH, SE., MSi

HALAMAN MOTO

“You get what you work for, not what you wish for.”

-Howard A. Tullman-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan
untuk orang tua tercinta, kakak, dan sahabat-sahabat yang saya sayangi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena atas berkat dan kasih-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Banyak rintangan yang dihadapi dalam proses penelitian ini, namun Puji Tuhan semuanya dapat dilewati dengan baik.

Penelitian ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bimbingan, saran, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian, perkenankan peneliti untuk menyampaikan ungkapan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Kartika Nuringsih, SE., MSi selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, pengajaran, dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
5. Kepada seluruh dosen, staf pengajar, staf administrasi dan staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah mendidik, membekali dan memberikan layanan kepada peneliti.
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Sim Surya Dharma dan Ibu Jenny Susanto, beserta kakak Devin Avila Dharma yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan skripsi.
7. Teman seperjuangan semasa kuliah, Elysaberth, Della Jocelyn, Lucia Michele, Nuriel Mileta Negoro Putri dan teman lainnya, yang senantiasa membantu dan memberikan semangat dalam pembuatan skripsi ini.

8. Semua pihak yang namanya tidak mampu penulis sebutkan satu-persatu, yang telah ikut memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Karena itu dengan kerendahan hati, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dari penelitian ini. Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dan mengarahkan pada penyempurnaan penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bekasi, Mei 2021

Penulis,



Maureen Olivia

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI..... | iii |
| ABSTRACT (ENGLISH)..... | iv |
| ABSTRAK (INDONESIA)..... | v |
| HALAMAN MOTTO..... | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Permasalahan..... | 1 |
| 1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 2. Identifikasi Masalah..... | 5 |
| 3. Batasan Masalah..... | 5 |
| 4. Rumusan Masalah | 6 |
| B. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 2. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 8 |
| A. Gambaran Umum Teori..... | 8 |
| B. Definisi Konseptual Variabel | 10 |
| C. Kaitan antara Variabel-Variabel..... | 13 |
| D. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis..... | 17 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 20 |
| A. Desain Penelitian..... | 20 |
| B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel..... | 21 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Populasi..... | 21 |
| 2. Teknik Pemilihan Sampel..... | 21 |
| 3. Ukuran Sampel..... | 22 |
| C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen..... | 22 |
| D. Analisis Validitas dan Reliabilitas..... | 27 |
| 1. Uji Validitas | 27 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 31 |
| E. Analisis Data | 32 |
| F. Asumsi Analisis Data | 34 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 35 |
| A. Deskripsi Subyek Penelitian..... | 35 |
| B. Deskripsi Obyek Penelitian..... | 42 |
| C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data..... | 47 |
| D. Pembahasan..... | 52 |
| BAB V PENUTUP..... | 60 |
| A. Kesimpulan | 60 |
| B. Keterbatasan dan Saran..... | 60 |
| 1. Keterbatasan..... | 60 |
| 2. Saran..... | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 63 |
| LAMPIRAN..... | 68 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 87 |
| HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN..... | 88 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Pengetahuan Kewirausahaan..... | 23 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Media Sosial..... | 24 |
| Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Lingkungan Keluarga..... | 25 |
| Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Kreativitas Berwirausaha..... | 26 |
| Tabel 3.5 <i>Output</i> PLS: Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)..... | 28 |
| Tabel 3.6 <i>Output</i> PLS: Nilai <i>Cross Loading</i> | 29 |
| Tabel 3.7 Lanjutan <i>Output</i> PLS: Nilai <i>Cross Loading</i> | 30 |
| Tabel 3.8 <i>Output</i> PLS: Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> | 31 |
| Tabel 3.9 <i>Output</i> PLS: Nilai <i>Composite Reliability</i> | 32 |
| Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Konsentrasi..... | 36 |
| Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 37 |
| Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia..... | 38 |
| Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Bisnis Responden..... | 39 |
| Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Bisnis Orang Tua..... | 40 |
| Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Asal Daerah/Domisili..... | 41 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden untuk Pengetahuan Kewirausahaan..... | 42 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden untuk Media Sosial..... | 43 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden untuk Lingkungan Keluarga..... | 44 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden untuk Kreativitas Berwirausaha..... | 46 |
| Tabel 4.11 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)..... | 47 |
| Tabel 4.12 Hasil Pengujian Predictive Relevance (Q^2)..... | 48 |
| Tabel 4.13 <i>Output</i> PLS: Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)..... | 48 |
| Tabel 4.14 <i>Output</i> PLS: <i>Path Coefficients</i> , <i>T Statistics</i> , dan <i>P Values</i> | 49 |
| Tabel 4.15 <i>Output</i> PLS: Korelasi Antara Variabel..... | 52 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 3.1 <i>Output PLS: Nilai Loading Factor</i> | 28 |
| Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Konsentrasi..... | 36 |
| Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 37 |
| Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 38 |
| Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Bisnis Responden..... | 39 |
| Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Bisnis Orang Tua..... | 40 |
| Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah/Domisili..... | 41 |
| Gambar 4.7 <i>Output PLS: Bootstrapping</i> | 52 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Kuesioner | 71 |
| Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner | 78 |
| Lampiran 3 Hasil Olah Data | 87 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Sudah berjalan satu tahun pandemi Covid-19 di Indonesia. Covid-19 disebabkan oleh virus korona (SARS-CoV-2) yang muncul pada Desember 2019 di kota Wuhan provinsi Hubei, Cina dan dengan cepat berkembang menjadi pandemi mematikan yang menyerang sebagian besar negara di kawasan Asia, Afrika, Amerika, dan Eropa (Yeganeh, 2020). Virus tersebut telah menyerang 188 negara di dunia dan dampaknya dapat dirasakan secara global yang mengakibatkan, kondisi sosial dan ekonomi di seluruh dunia menjadi tidak stabil. Hal tersebut dikarenakan oleh pandemi yang mempengaruhi berbagai negara berkembang maupun negara maju pada tingkat kesulitan yang sama (Shankar, 2020). Kemunculan wabah Covid-19 telah mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat secara drastis karena banyaknya pembatasan sosial yang diberlakukan oleh pemerintah yang menyebabkan berbagai aktivitas bisnis tergoyahkan (Beech & Anseel, 2020). Banyak perusahaan yang dipaksa untuk melakukan aktivitasnya secara jarak jauh atau daring sehingga banyak pekerja yang harus melakukan pekerjaannya dari rumah (*work from home*) (Pamungkas, 2020). Tidak sampai disitu karena semua aktivitas masyarakat dibatasi bahkan tidak sedikit dari perusahaan yang terpaksa memberhentikan karyawannya yang disebabkan oleh pandemi tersebut. Tidak sedikit perusahaan menghentikan usahanya karena tidak mampu bersaing di masa pandemi ini. Oleh karena itu, wirausahawan harus mampu beradaptasi dan bertransisi untuk bertahan pada situasi dan kondisi yang tidak terduga seperti yang sedang terjadi saat ini (Hidayat, 2020).

Untuk bertahan di masa pandemi Covid-19, ada satu hal penting yang harus dimiliki oleh wirausahawan yaitu kreativitas. Kewirausahaan yang kreatif diartikan seperti proses penciptaan keseluruhan baik peluang maupun ancaman dan mengacu pada sumber daya perusahaan (Corte & Gaudio, 2017). Potensi kewirausahaan di masa pandemi ini beragam, bergantung dari bidang bisnis yang dijalani dan

bagaimana wirausahawan dapat mencari ide-ide kreatif untuk membuat bisnisnya bertahan atau bahkan semakin maju. Banyak wirausahawan dari sektor makanan yang berakhir menutup gerainya karena penurunan omset yang dihadapi di masa pandemi ini, tetapi tidak sedikit juga yang mengalami peningkatan omset karena kemampuannya dalam merealisasikan ide-ide kreatif yang dimiliki contohnya seperti, melakukan pemasaran yang menarik secara daring serta menggunakan teknologi pengawetan makanan dengan cara vacuum agar makanan lebih awet dan dapat disimpan berhari-hari (Gloria, 2021). Kreativitas tidak hanya diperuntukkan bagi seniman tetapi juga dibutuhkan oleh wirausahawan. Terlebih lagi di masa pandemi seperti sekarang ini, situasi sulit membuat sebagian wirausahawan menjadi pesimis dalam melakukan kegiatan usaha, tetapi tidak jarang juga wirausahawan masih merasa optimis menjalankan usahanya agar tetap bertahan dalam segala kondisi dengan bantuan perilaku kreatifnya (Irfanita, 2020). Oleh karena itu kreativitas menjadi sangat penting bagi wirausahawan untuk mempertahankan kinerja bisnisnya.

Sebagai pelaku usaha seorang wirausahawan harus beradaptasi dengan perilaku konsumen yang dapat berubah sewaktu-waktu. Kalangan industri juga dituntut makin kreatif mengenai pengembangan maupun proses pemasaran produknya agar tetap mampu bertahan dalam berbagai situasi dan kondisi (Lestari, 2020). Dengan memiliki kreativitas dalam berwirausaha dapat memunculkan peluang dan manfaat baru ditengah masyarakat dan tanpa disadari pula kreativitas dapat menjadi solusi dari berbagai problematika yang sedang terjadi saat ini (Hafidhuddin, 2020). Dengan demikian diperlukan telaah terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi kreativitas supaya dapat diketahui determinan penting yang mendorong kreativitas dari pelaku usaha.

Salah satu aspek penting dalam pengembangan kreativitas adalah pengetahuan kewirausahaan. Pengetahuan ini sebagai penunjang dari kreativitas berwirausaha dimana dinilai sebagai aset utama dalam sebuah bisnis di dunia era digital ini atau sebagai aset tak berwujud (Usai et al., 2018). Masyarakat menilai bahwa seseorang harus memiliki pengetahuan karena pengetahuan sudah dijadikan faktor penting saat ini, yang berakhir dengan pengetahuan dijadikan sebagai tolak

ukur seseorang untuk mau berusaha (Moore et al., 2019). Pengetahuan kewirausahaan dikatakan penting karena mencerminkan kemampuan mengenali peluang. Hal ini melibatkan kemampuan individu dalam mengidentifikasi pasar atau sekelompok orang yang sedang menghadapi masalah tertentu sehingga masalah yang terjadi dalam masyarakat dapat diatasi dengan adanya pengetahuan kewirausahaan (Tshikovhi & Shambare, 2015). Peneliti mengatakan bahwa pengetahuan adalah jantung dari kewirausahaan (Jebarajakirthy & Thaichon, 2015) serta mempengaruhi keputusan dan niat dalam berwirausaha secara signifikan (Farani et al., 2016). Salah satu universitas di Norwegia telah melakukan studi di antara mahasiswa, bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan kewirausahaan, memiliki niat wirausaha yang lebih kuat daripada mereka yang tidak memiliki pengetahuan kewirausahaan (Motaghed et al., 2016). Oleh karena itu dalam menunjang kreativitas seseorang dalam berwirausaha diperlukan juga pengetahuan mengenai kewirausahaan yang luas.

Selanjutnya, perkembangan media sosial yang begitu pesat di era digital sekarang, memberikan dampak besar bagi manusia, memudahkan seseorang untuk berbagi dan mencari informasi penting yang ternyata dapat berguna bagi perkembangan serta kemajuan dalam menjalankan usaha. Pada awalnya target media sosial adalah agar semua orang dapat menggantikan waktu yang hilang dengan teman, membagikan apa yang diinginkan, membagikan foto dan rekaman, atau hanya untuk sekedar bersenang-senang. Teknologi digital seperti media sosial, cukup sering melibatkan perubahan besar dalam mengatur jalannya sebuah bisnis dan mempengaruhi bagaimana produk maupun layanan diproduksi dan disampaikan kepada konsumen (Samuel et al., 2018). Media sosial memberikan berbagai cara bagi masyarakat terutama kaum muda untuk menjadi pelaku wirausaha dengan melibatkan kreativitas, inovasi, dan kepemimpinan (Ojeleye et al., 2018). Maka dari itu media sosial dapat menjadi salah satu sarana yang mendukung dalam pengembangan kreativitas seseorang.

Faktor lain mempengaruhi kreativitas berwirausaha adalah dukungan sosial diantaranya lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terbukti dapat mengurangi stress, meningkatkan kesehatan mental, fisik, dan memberi pengaruh positif antara

satu dengan yang lain (Herrero et al., 2013). Di dalam lingkungan keluarga, pengetahuan mengenai kewirausahaan dapat berlangsung sejak usia dini dimana anggota keluarga yang menjadi pelaku usaha dapat memberikan inspirasi kepada anggota keluarga yang lain, menjadikan mereka lebih kreatif, mandiri dan berjiwa wirausaha (Muniarti, Sulisty, & Yudiono, 2020). Oleh karena itu, lingkungan keluarga dalam memulai suatu bisnis dianggap penting bagi pengusaha. Keluarga merupakan anggota terdekat dari seorang sehingga memudahkan membagi kebiasaan dan sumber daya yang dimilikinya. (Powell & Eddleston, 2013). Dengan demikian pada kondisi pandemi, diperlukan dukungan keluarga dalam upaya mendukung pengembangan kreativitas.

Lingkungan keluarga tidak menjadi satu-satunya cara agar anak mampu mendapatkan pengetahuan. Institusi pendidikan merupakan salah satu cara lain agar seseorang bisa mendapatkan pengetahuan, memperluas wawasan serta mengembangkan potensi yang ada. Universitas Tarumanagara merupakan kampus yang berlokasi di Jakarta Barat yang memiliki visi dan misi terhadap kewirausahaan. Universitas Tarumanagara menyediakan berbagai mata kuliah yang berhubungan dengan kewirausahaan sehingga hal tersebut dipercaya dapat memperluas pengetahuan hingga minat seseorang terhadap kewirausahaan.

Pendidikan kewirausahaan di Universitas Tarumanagara tidak hanya mengandalkan teori, tetapi banyak menerapkan praktik-praktik berupa simulasi bisnis yang memuat ide usaha, pembuatan logo, *tagline*, foto, deskripsi, manfaat hingga penjualan produk kepada masyarakat. Ide usaha yang dijalankan oleh mahasiswa juga tidak boleh berupa sesuatu yang sudah banyak dijual di masyarakat, sehingga mahasiswa harus berpikir secara kritis dan kreatif untuk bisa menciptakan produk yang berbeda dari yang lain dengan menerapkan sisi kreatif dan bermanfaat namun tetap memiliki nilai jual yang tinggi.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Kreativitas Berwirausaha di Masa Pandemi Covid-19”**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengetahuan mengenai kewirausahaan yang luas dapat meningkatkan kreativitas berwirausaha mahasiswa.
- b. Mahasiswa yang tidak menggunakan media sosial memiliki kreativitas berwirausaha yang lebih rendah dibanding mahasiswa yang menggunakan media sosial.
- c. Lingkungan keluarga yang mendukung dan suportif dapat meningkatkan kreativitas berwirausaha mahasiswa.
- d. Memiliki kreativitas dalam berwirausaha dapat membuat wirausahawan mampu bertahan ditengah pandemi Covid-19.
- e. Universitas yang memiliki visi dan misi terhadap kewirausahaan dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang ada dengan ruang lingkup penelitian yang luas, serta dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, maka peneliti memutuskan untuk membatasi penelitian agar hasil penelitian dapat lebih fokus dan terarah. Adapun batasan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Subjek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara. Pemilihan subjek penelitian dilakukan agar penelitian dapat lebih efektif dan efisien dilihat dari segi waktu, tenaga dan biaya.
- b. Variabel independen yang berpengaruh terhadap kreativitas berwirausaha dibatasi dengan menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan, media sosial, dan lingkungan keluarga. Dipilihnya variabel tersebut adalah karena peneliti berpikir bahwa variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi kreativitas berwirausaha.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, indentifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kreativitas mahasiswa dalam pengembangan kewirausahaan pada masa pandemi Covid-19?
- b. Apakah media sosial berpengaruh positif terhadap kreativitas mahasiswa dalam pengembangan kewirausahaan pada masa pandemi Covid-19?
- c. Apakah lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap kreativitas mahasiswa dalam pengembangan kewirausahaan pada masa pandemi Covid-19?

B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti berkaitan dengan masalah yang telah diuraikan adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap kreativitas mahasiswa dalam pengembangan kewirausahaan pada masa pandemi Covid-19
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap kreativitas mahasiswa dalam pengembangan kewirausahaan pada masa pandemi Covid-19
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan keluarga terhadap kreativitas mahasiswa dalam pengembangan kewirausahaan pada masa pandemi Covid-19

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat untuk mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara

- Memberikan sumbangan pemikiran serta pengetahuan bagi mahasiswa Manajemen Universitas Tarumanagara mengenai pentingnya kreativitas berwirausaha.
 - Sebagai sumber informasi dan referensi untuk lebih variatif dalam memilih variabel untuk pembuatan makalah hingga skripsi
- b. Manfaat untuk peneliti
- Untuk memperdalam dan memperluas pengetahuan serta pemahaman mengenai topik yang diangkat yaitu pengetahuan kewirausahaan, media sosial, lingkungan keluarga, dan kreativitas berwirausaha.
- c. Manfaat untuk prodi
- Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijadikan sebagai referensi bagi Jurusan Manajemen.
 - Menjadi informasi dan acuan bagi pihak lain yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai topik sejenis di masa yang akan datang.
 - Sebagai masukan dan bahan evaluasi bagi pihak-pihak yang bersangkutan dalam upaya meningkatkan kreativitas berwirausaha mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abeysekera, L., Kumara, A.S., Newman, A., Samaratunge, R., & Wijewardena, N. (2020). It takes a family to lighten the load! The impact of family-to-business support on the stress and creativity of women micro-entrepreneurs in Sri Lanka. *Personnel Review*. Vol. 49 No. 9, pp. 1965-1986.
- Ahmed, A.I., Ojeleye, Y.C., Opusunju, M.I., & Samuel, A. (2018). Impact of social media on entrepreneurship development among users in zamfara state. Vol. 2 Issue 2.
- Alvarez, S.A., & Barney, J.B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic entrepreneurship journal*.
- Arbizu, A.D., Chengang, Y., Haider, M.J., & Shahab, Y. (2018). Entrepreneurial self-efficacy and intention: do entrepreneurial creativity and education matter? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Vol. 25 No. 2, pp. 259-28.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aritonang, R.L. (2007). *Teori dan Praktik Riset Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Barney, J. (2001). Is the resource-based 'view' a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academic of Management Review*.
- Barney, J. (2018). Why resource-based theory's model of profit appropriation must incorporate a stakeholder perspective. *Strategic Management Journal*.
- Berglund, H., Hamidi, D.Y., & Wennberg, K. 2008. Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 15 No. 2, pp. 304-320.
- Bernhard, I., & Olsson, A.K. (2020). Keeping up the pace of digitalization in small businesses—Women entrepreneurs' knowledge and use of social media.

- International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Vol. 27 No. 2, pp. 378-396.
- Braun, M., Latham, S., & Porschitz, E. (2016). All together now: strategy mapping for family businesses. *Journal of Business Strategy*. Vol. 37 No. 1, pp. 3-10.
- Chen, L., Deng, M., Liu, H., & Zheng, B. (2021). Three-way interaction effect of social media usage, perceived task interdependence and perceived participative leadership on employee creativity. *Internet Research*. Vol. 31 No. 2, pp. 457-478.
- Chitimiea, A., & Marin, A.A. (2020). Entrepreneurial knowledge and digital competencies – keys for a success of students entrepreneurship. *Economics Series*. Vol 30 Special Issue 2.
- Corte, V.D., & Gaudio, G.D. (2017). Entrepreneurial Creativity: Sources, Processes and Implications. *International Journal of Business and Management*. Vol. 12, No. 6.
- Dalimunthe, D.M., Hutagalung, B., Muda, I., & Pambudi, R. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education and Family Environment Towards Students' Entrepreneurial Motivation. *International Journal of Economic Research*. Vol. 14 No. 20.
- Daly, P., Passet, V.B., & Sequeira, I. (2016). Fostering creativity understanding Case study of an exercise designed for a large undergraduate business cohort at EDHEC Business School. *Journal of Management Development*. Vol. 35 No. 5, pp. 574-591.
- DeNardin, T., Stammerjohan, C.A., Stammerjohan, W.W., & Winkel, M. (2019). Creativity and entrepreneurship: an exploratory multiple case study of what entrepreneurs think. Vol. 19, No.1, pp. 18-38.
- Dezi, L., Fiano, F., Murray, A., Scuotto, V., & Usai, A. (2018). Do entrepreneurial knowledge and innovative attitude overcome “imperfections” in the innovation process? Insights from SMEs in the UK and Italy. *Journal of knowledge management*. Vol. 22 no. 8, pp. 1637-1654.

- Djaali. (2008). *Skala Likert*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Faran, A.Y., Karimi, S., & Motaghd, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development*. Vol. 41 No. 1, pp. 83-100.
- Faza, S.A., Mamun, A.A., & Muniady, R. (2019). Entrepreneurial knowledge, skills, competencies and performance, A study of micro-enterprises in Kelantan, Malaysia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 13 No. 1, pp. 29-48.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) (4th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gloria. (2021). "Bisnis Pangan dan Kesehatan Paling Potensial di Masa Pandemi", <https://ugm.ac.id/id/berita/20800-bisnis-pangan-dan-kesehatan-paling-potensial-di-masa-pandemi>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Germany: Sage.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Henseler, J., & Ringle, C.M. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. *Advances in International Marketing*.

- Hopkins, J. 2017. "How to Define Social Media – An Academic Summary", <http://julianhopkins.com/how-to-define-social-media-an-academic-summary/>
- Malhotra, N.K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation (6th ed.)*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Mambu, C.N., Pangemanan, S.S., & Pandowo, M. (2019). The influence of entrepreneur knowledge, family experience with business, entrepreneurial education on the interest of student entrepreneurship in ukm universitas sam ratulangi. *Jurnal EMBA*. Vol. 7 No. 1, pp. 451 – 460.
- Marcotte, B. 2020. "Can social networks help us be more creative?", <https://www.rochester.edu/newscenter/can-social-networks-help-us-be-more-creative-463492/#:~:text=Our%20interactions%20on%20social%20media,network's%20algorithms%2C%20say%20Rochester%20researchers.&text=Such%20creative%20recombinations%20can%20lead%20to%20further%20novel%20ideas.%E2%80%9Dhttps://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp>
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Cetakan kelima, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Niedermeier, K.E., Wang, E., & Zhang, X. 2016. The use of social media among business-to-business sales professionals in China How social media helps create and solidify guanxi relationships between sales professionals and customers. *Journal of Research in Interactive Marketing*. Vol. 10 No. 1, pp. 33-49.
- Rashid, S., & Ratten, V. (2020). Entrepreneurial ecosystems during COVID-19: the survival of small businesses using dynamic capabilities. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*.
- Ratten, V. (2020). Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: cultural, lifestyle and societal changes. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.

- Rensburg, T.J.V. (2020). "Three ways social media encourages creativity", <https://mediaupdate.co.za/social/149081/three-ways-social-media-encourages-creativity>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill building approach*. United Kingdom: John Willey & Sons Ltd.
- Sik, A. (2016). Creativity in cross-domain collaborations: searching factors to increase efficiency. *Management Research Review*. Vol. 39 No. 2, pp. 144-166.
- Sukadji. (2000). *Psikologi Pendidikan dan Psikologi Sekolah*. Depok: Universitas Indonesia.
- Supranto, J. (2012). *Metode Riset: Aplikasi dalam Pemasaran. Edisi Ketujuh/Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yeganeh, H. (2021). Emerging social and business trends associated with the Covid-19 pandemic. *Critical perspectives on international business*

