

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
DENGAN DIMODERASI DUKUNGAN KELUARGA PADA
UMKM *FASHION* WANITA DI JAKARTA PUSAT**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : Samahita Putera

NIM : 115210199

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

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

2024

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : SAMAHITA PUTERA
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210199
Program Studi : MANAJEMEN



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 konfirmasi 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.

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

Jakarta, 16 NOVEMBER 2024



SAMAHITA PUTERA

Nama 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 : SAMAHITA PUTERA
NIM : 115210199
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
DENGAN DIMODERASI DUKUNGAN
KELUARGA PADA UMKM *FASHION*
WANITA DI JAKARTA PUSAT

Jakarta, 19 November 2024

Pembimbing,



(Dr. Mei Ie, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SAMAHITA PUTERA
NIM : 115210140
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
DENGAN DIMODERASI DUKUNGAN
KELUARGA PADA UMKM *FASHION*
WANITA DI JAKARTA PUSAT

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 17 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dra. Khairina Natsir, M.M.
2. Anggota Penguji : - Ary Satria Pamungkas, S.E., M.M.
- Dr. Mei Ie, S.E., M.M.

Jakarta, 17 Desember 2024
Pembimbing,

(Dr. Mei Ie, S.E., M.M.)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

(A) SAMAHITA PUTERA (115210199)

(B) *THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE AND SOCIAL MEDIA ON BUSINESS SUCCESS MODERATED BY FAMILY SUPPORT ON WOMEN'S FASHION MSMEs IN CENTRAL JAKARTA*

(C) XVII + 106 pages + 27 tables + 2 figures + 11 attachments

(D) *ENTREPRENEUR*

(E) *Abstract: The importance of entrepreneurial knowledge and social media in increasing the success of women's fashion MSMEs in Central Jakarta, especially amidst increasingly tight business competition. This study aims to analyze the influence of these two factors on business success by considering family support as a moderating factor. Entrepreneurial knowledge helps business actors in recognizing opportunities, managing risks, and adapting in a dynamic and competitive market. Meanwhile, social media acts as an effective marketing tool to reach consumers at a relatively low cost. Family support is believed to provide additional stability and motivation for MSME owners. This study uses a descriptive quantitative method with a Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach and involves 106 respondents of women's fashion MSMEs in Central Jakarta. The results of the study indicate that entrepreneurial knowledge has a positive and significant influence on business success. However, the influence of social media on business success is positive but not significant. In addition, family support has a positive and significant influence on business success. As a moderating variable, family support is not significant in moderating the influence of entrepreneurial knowledge and social media on business success. This study suggests that MSMEs should focus more on improving their understanding of entrepreneurship and maximizing the use of social media effectively, while further research can expand the scope of business sectors and variables studied for more comprehensive results.*

(F) *References* 76 (2019-2024)

(G) Dr. Mei Ie, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) SAMAHITA PUTERA (115210199)
(B) PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DENGAN DIMODERASI DUKUNGAN KELUARGA PADA UMKM *FASHION* WANITA DI JAKARTA PUSAT
(C) XVII + 106 halaman + 27 tabel + 2 gambar + 11 lampiran
(D) KEWIRAUSAHAAN
(E) Abstrak: Pentingnya pengetahuan kewirausahaan dan media sosial dalam meningkatkan keberhasilan UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat, terutama di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keberhasilan usaha dengan mempertimbangkan dukungan keluarga sebagai faktor moderasi. Pengetahuan kewirausahaan membantu pelaku usaha dalam mengenali peluang, mengelola risiko, serta beradaptasi di pasar yang dinamis dan kompetitif. Sementara itu, media sosial berperan sebagai alat pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen dengan biaya relatif rendah. Dukungan keluarga diyakini memberikan stabilitas dan motivasi tambahan bagi pelaku UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dan melibatkan 106 responden UMKM sektor *fashion* wanita di Jakarta Pusat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Namun, pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha bersifat positif tetapi tidak signifikan. Selain itu, dukungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sebagai variabel moderasi, dukungan keluarga tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini menyarankan agar UMKM lebih fokus meningkatkan pemahaman kewirausahaan serta memaksimalkan penggunaan media sosial secara efektif, sementara penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan sektor bisnis dan variabel yang diteliti untuk hasil yang lebih komprehensif.
(F) Daftar Pustaka 76 (2019-2024)
(G) Dr. Mei Ie, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

I cry a lot but I am so productive, it's an art

Taylor Swift

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis atau skripsi ini saya persembahkan untuk:

Diri saya sendiri,

Keluarga yang saya sayangi,

Teman-teman yang saya kasihi.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha dengan Dimoderasi Dukungan Keluarga pada UMKM *Fashion* Wanita di Jakarta Pusat.” Berkat rahmat-Nya, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari adanya berbagai tantangan yang harus dihadapi. Berkat adanya panduan penulisan, arahan, serta dorongan dari banyak pihak, skripsi ini berhasil diselesaikan tepat waktu. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Ibu Dr. Mei Ie, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, motivasi, serta memberikan arahan yang sangat berarti dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidiji Widodoatmodjo, S.E, MM., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Slamet S.E., M.M selaku Ketua Progran Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Segenap dosen dan staff pengajar yang telah membimbing dan mendidik penulis selama menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Papa dan Mama, yaitu Eko dan Valentina, selalu hadir mendampingi saya dan tidak pernah lelah memberikan dukungan berupa doa, dorongan

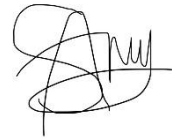
semangat, bantuan materi, serta kasih sayang yang saya terima dengan penuh dan tanpa kekurangan.

6. Kakak kandung saya, Ryan, yang selalu memberi semangat, hiburan, dan dukungan kepada saya selama proses penulisan skripsi ini.
7. Kepada Alisyia Zaharani Mahfud dan Annisa Safa Nabila, sahabat yang selalu setia menemani dalam suka dan duka, yang telah meluangkan waktu untuk memberi hiburan, semangat, serta berbagai masukan yang berharga bagi saya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktu yang direncanakan.
8. Kepada Diva Azra Mahadewi dan Aisyah Sabrina, teman-teman SMA saya yang selalu memberikan arahan, inspirasi, serta berbagai masukan selama proses penulisan skripsi ini.
9. Kepada Charoline Nathasya, Michelle Claudia Tanady, Adiputra Wongso, Hergian Stephanie, Fiona Agustian, dan Stefanie Angelina, teman-teman baik di kampus yang senantiasa memberi semangat dan dukungan kepada saya selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
10. Kepada Vivian Novitan, Keisya Stephanie Florencia, dan Christina Dwi Angelique Manuputty, teman-teman kampus yang tak henti memberikan dukungan dan dorongan semangat selama proses penyusunan skripsi ini hingga akhirnya terselesaikan.
11. Kepada Jonathan Angelo, Lavenia, Royvandi Pramadhika, dan Windy Fasmita, rekan-rekan seperjuangan di kampus yang senantiasa mendampingi dengan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
12. Kepada orang-orang yang mengisi kuesioner saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu.
13. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri atas usaha keras, tanggung jawab, dan keteguhan untuk tidak menyerah dalam menyelesaikan proses penulisan skripsi ini sebaik mungkin.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari para pembaca sangat diharapkan untuk memperbaiki penulisan ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 27 November 2024

Peneliti

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and a trailing line.

Samahita Putera

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	9
3. Batasan Masalah.....	9
4. Rumusan Masalah	10
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13

A. Gambaran Umum Teori	13
B. Definisi Konseptual Variabel	15
1. Variabel Keberhasilan Usaha	15
2. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan	17
3. Variabel Media Sosial	19
4. Variabel Dukungan Keluarga	22
C. Kaitan antara Variabel-Variabel	24
1. Kaitan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha	24
2. Kaitan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha	25
3. Kaitan Dukungan Keluarga terhadap Keberhasilan Usaha	26
4. Kaitan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha dengan Dimoderasi Dukungan Keluarga	28
5. Kaitan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha dengan Dimoderasi Dukungan Keluarga	29
D. Penelitian yang Relevan	30
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	45
1. Kerangka Pemikiran	45
2. Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Desain Penelitian	48
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	49
1. Populasi	49
2. Teknik Pemilihan Sampel	49
3. Ukuran Sampel	51
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	52

1. Operasionalisasi Variabel	52
2. Instrumen.....	62
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	64
1. Analisis Validitas.....	65
2. Analisis Reliabilitas	72
E. Analisis Data.....	74
1. Koefisien Determinasi (R^2)	74
2. <i>Effect Size</i> (F^2).....	75
3. <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	75
4. Pengujian Hipotesis oleh <i>Path Coefficients</i>	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	77
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	79
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Berjalan	80
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pendanaan Utama Usaha	80
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	81
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Omset per Bulan.....	82
B. Deskripsi Objek Penelitian	83
1. Keberhasilan Usaha.....	83
2. Pengetahuan Kewirausahaan.....	86
3. Media Sosial.....	90
4. Dukungan Keluarga.....	92

C. Hasil Analisis Data.....	94
1. Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model Analysis</i>)	95
2. Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>).....	95
D. Pembahasan	101
BAB V PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105
B. Keterbatasan dan Saran.....	105
1. Keterbatasan	105
2. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	119
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	144
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	145

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1. 1 Data UMKM 2018-2023	4
Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	30
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Keberhasilan Usaha.....	52
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Pengetahuan Kewirausahaan.....	55
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Media Sosial.....	58
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Dukungan Keluarga.....	60
Tabel 3. 5 Modifikasi Skala Likert	64
Tabel 3. 6 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	66
Tabel 3. 7 Hasil Analisis <i>Loading Factor</i>	66
Tabel 3. 8 Hasil Analisis <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	69
Tabel 3. 9 Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	70
Tabel 3. 10 Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i>	71
Tabel 3. 11 Hasil Analisis Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliabilities</i>).....	73
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	79
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Berjalan	80
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pendanaan Utama Usaha	81
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	82
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Omset per Bulan.....	83
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Keberhasilan Usaha	84
Tabel 4. 9.....	86
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Media Sosial.....	90
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Dukungan Keluarga	92
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	95

Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Effect Size</i> (F^2)	96
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	99

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2. 1 Model Penelitian	47
Gambar 4. 1 Hasil Uji Teknik <i>Bootsrapping</i>	98

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	119
Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden	132
Lampiran 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	138
Lampiran 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	138
Lampiran 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	138
Lampiran 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Berjalan.....	139
Lampiran 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pendanaan Utama Usaha	139
Lampiran 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	139
Lampiran 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Omset per Bulan	140
Lampiran 10. Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model Analysis).....	140
Lampiran 11. Hasil Uji Model Struktural (Inner Model Analysis).....	142

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Dalam konteks UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat, perkembangan teknologi, terutama media sosial, telah menjadi alat penting bagi pengusaha untuk memasarkan produk dan menjangkau konsumen. Namun, keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada penggunaan media sosial saja, tetapi juga dipengaruhi oleh pengetahuan kewirausahaan dan dukungan keluarga. Pengetahuan kewirausahaan memungkinkan pengusaha untuk memahami dinamika pasar, mengelola risiko, dan memanfaatkan peluang yang ada secara lebih efektif. Pengetahuan tentang kewirausahaan adalah sumber daya penting yang memungkinkan seseorang memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sehingga mampu memulai bisnis dengan sukses, mencapai efisiensi operasional, serta menjaga eksistensi dan pertumbuhan usaha, terutama pada tahap awal. Pengetahuan ini umumnya diperoleh dari pendidikan sebelumnya dan pengalaman yang telah dilalui (Pham *et al.*, 2023).

Di sisi lain, media sosial berperan sebagai *platform* yang memfasilitasi interaksi langsung antara pengusaha dan pelanggan, membangun komunitas merek, serta memperluas cakupan pasar dengan biaya yang relatif rendah (Blanco-González-Tejero *et al.*, 2024). Keberhasilan dalam memanfaatkan media sosial untuk kewirausahaan sangat bergantung pada kemampuan pengusaha dalam mengelola konten dan membangun jaringan yang relevan. Penelitian terbaru juga mengindikasikan bahwa dukungan keluarga, baik dalam bentuk finansial maupun emosional, dapat memperkuat kaitan antara pengetahuan kewirausahaan dan kesuksesan bisnis, memberikan

stabilitas dan motivasi yang diperlukan untuk menghadapi tantangan bisnis.

Peran UMKM di Indonesia sangatlah besar. Pada masa modern ini, teknologi semakin maju serta persaingan pasar bebas sangat ketat, UMKM Indonesia memiliki tantangan yang besar untuk bertahan dan bersaing. Dengan semakin bebas dan ketatnya kompetisi pasar serta penyebaran informasi yang sangat cepat dan mudah, seiring berjalannya waktu konsumen akan lebih sadar mengenai banyaknya opsi produk barang atau jasa yang dapat dipilih. Sebagai seorang wirausaha baru, UMKM harus memiliki jiwa yang tangguh dan ide kreatif dalam menjalankan bisnisnya. Dengan demikian, pemilik UMKM juga dituntut untuk membuat produknya dapat bersaing di pasaran.

Inovasi juga diperlukan untuk mengembangkan produk agar berbeda dengan yang lain sehingga konsumen tertarik untuk mencoba satu hal yang berbeda. Sebagai contoh beberapa UMKM yang sangat jarang dibahas oleh kebanyakan orang adalah UMKM *fashion* wanita, yang menunjukkan bahwa dunia *fashion* sangatlah penting untuk menjaga penampilan dan kepercayaan diri seseorang. Tidak hanya perempuan, laki-laki juga banyak yang sudah terjun di dunia *fashion* karena tidak memandang *gender* untuk menambah tingkat kepercayaan diri orang tersebut.

Indonesia dikenal sebagai negara dengan jumlah pulau terbanyak di dunia. Dalam Undang-Undang Dasar 1945, Indonesia ditetapkan sebagai negara kepulauan, yang memiliki banyak pulau, yaitu sebanyak 17.480 pulau dengan garis pantai sepanjang 95.181 km. Pertumbuhan penduduk yang cepat ini menjadi tantangan bagi pemerintah dalam menjaga keseimbangan perekonomian. Kondisi ekonomi Indonesia yang tidak stabil disebabkan oleh berbagai faktor, memunculkan berbagai masalah. Salah satu masalah mendasar yang dihadapi Indonesia adalah ketidakcukupan lapangan pekerjaan seiring dengan peningkatan jumlah penduduk.

Seiring bertambahnya populasi setiap tahun, jumlah angkatan kerja juga meningkat, sehingga diperlukan peningkatan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia. Masalah utama yang dihadapi dalam dunia ketenagakerjaan saat ini adalah meningkatnya angka pengangguran karena pertumbuhan angkatan kerja lebih cepat dibandingkan dengan jumlah pekerjaan yang tersedia. Jika masalah ini tidak segera ditangani, angka pengangguran diprediksi akan terus meningkat dari tahun ke tahun.

Meskipun para sarjana yang lulus dari perguruan tinggi sudah memiliki pengetahuan dan wawasan yang cukup untuk memasuki dunia kerja, kenyataannya masih banyak di antara mereka yang menganggur dan tidak bekerja akibat berbagai faktor. Jika situasi ini dibiarkan terus berlanjut, hal ini dapat memberikan dampak negatif terhadap perekonomian negara. Untuk mengatasi hal tersebut, pemerintah mendorong semua perguruan tinggi untuk mulai menerapkan program pembekalan yang berfokus pada pembelajaran berbasis pengalaman praktis.

Selain menghadapi tantangan di bidang ketenagakerjaan, Indonesia juga menghadapi tantangan dalam mengembangkan sektor kewirausahaan. Menurut data, sebagian besar penduduk Indonesia terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, terutama melalui sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peranan krusial dalam mengurangi tingkat pengangguran karena berfungsi sebagai sumber pendapatan dengan memberikan lapangan kerja yang luas. Selain itu, UMKM juga berperan strategis dalam mendukung upaya pemerintah untuk menanggulangi kemiskinan dan pengangguran. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang terlibat dalam kegiatan wirausaha, perekonomian di suatu daerah akan semakin kuat dan stabil karena pemanfaatan sumber daya, tenaga kerja, dan pembiayaan lokal yang optimal.

Tabel 1. 1
Data UMKM 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64	65,46	65	66
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2,24%	2,28%	-0,70%	1,52%

Sumber: <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>

UMKM memainkan peran krusial dalam mendukung perekonomian Indonesia, mewakili sekitar 99% dari total unit usaha di negara ini. Pada tahun 2023, jumlah pengusaha UMKM diperkirakan mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia sangat signifikan, yaitu sebesar 61%, yang setara dengan Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM juga menjadi sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja, dengan melibatkan sekitar 117 juta pekerja atau 97% dari total angkatan kerja.

Pada situasi ini, keberhasilan usaha telah menjadi tujuan utama bagi setiap UMKM, termasuk dalam industri *fashion* wanita. Keberhasilan ini tidak hanya diukur dari aspek finansial, tetapi juga bagaimana usaha tersebut mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat. Usaha yang sukses biasanya menunjukkan kemampuan untuk terus beradaptasi dengan perubahan pasar, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan mempertahankan reputasi merek yang kuat. Keberhasilan ini juga mencerminkan efektivitas strategi bisnis yang diterapkan, kemampuan manajemen dalam mengambil keputusan, serta kapasitas usaha untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis. Keberhasilan usaha menjadi tolak ukur utama yang menunjukkan apakah sebuah UMKM dapat bertahan dan berkembang di industri yang semakin kompetitif,

serta sejauh mana usaha tersebut mampu mewujudkan visi dan misinya dalam jangka panjang.

Dalam mendukung keberhasilan usaha, pengetahuan tentang kewirausahaan menjadi sangat penting. Pengetahuan ini mencakup berbagai keterampilan dan pemahaman yang diperlukan untuk mengelola usaha, termasuk kemampuan kognitif, pengalaman pendidikan, kepercayaan diri, dan pengaruh langsung terhadap aktivitas kewirausahaan. Pengetahuan kewirausahaan dapat diajarkan melalui pendidikan dan pelatihan. Bagi seseorang yang ingin memulai berwirausaha, mulailah sejak dini agar kelak nantinya dapat menjadi seorang wirausahawan yang sukses, pendidikan dan pelatihan hanya modal untuk menjadi seorang wirausahawan.

Pembelajaran dan perjuangan yang sesungguhnya akan dimulai ketika sudah mencobanya. Janganlah takut untuk memulai usaha, karena dengan menciptakan lapangan pekerjaan, ini sudah membantu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan di Indonesia dan seseorang bisa menjadi individu yang bermanfaat bagi masyarakat banyak. Pengetahuan yang memadai tidak hanya mendukung wirausahawan dalam menjalankan bisnis, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri dalam menghadapi berbagai tantangan. Wirausahawan yang memiliki pengetahuan yang kuat cenderung lebih mampu beradaptasi dengan dinamika pasar dan memanfaatkan peluang yang ada.

Penelitian oleh Salsabila & Anisah (2024) juga menegaskan menekankan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki peran vital dalam menjaga kelangsungan bisnis UMKM. Pengetahuan tentang keterampilan manajemen, strategi pemasaran, dan inovasi dapat secara signifikan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, penguatan pengetahuan kewirausahaan merupakan langkah

penting dalam mendukung perkembangan UMKM di Indonesia, khususnya di sektor *fashion* wanita yang sangat dinamis dan kompetitif.

Dengan demikian, peningkatan pengetahuan kewirausahaan merupakan strategi yang krusial untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia, terutama di industri *fashion* wanita yang terus berubah dan penuh tantangan. Namun, pengetahuan kewirausahaan saja tidak cukup untuk menjamin keberhasilan bisnis. Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif, terutama bagi UMKM. Media sosial juga dapat menjadi sarana baru bagi generasi muda untuk memanfaatkan peluang dan mengasah kreativitas, inovasi, serta kepemimpinan dalam dunia wirausaha. Dengan pemanfaatan media sosial yang tepat, UMKM memiliki peluang untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, mendapatkan umpan balik, dan mempromosikan produk dengan biaya yang lebih efisien.

Puspitarini & Nuraeni (2019) juga menekankan bahwa media sosial dekat dengan anak muda sehingga dapat dimanfaatkan dalam pemberdayaan kaum muda dalam kewirausahaan. Pengembangan media sosial harus tepat digunakan selama berwirausaha untuk meningkatkan kinerja yang berkelanjutan. Selain itu, media sosial juga memungkinkan UMKM untuk bersaing dengan perusahaan besar dalam hal promosi dan pemasaran, meskipun dengan anggaran yang lebih terbatas. Oleh karena itu, strategi penggunaan media sosial menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh UMKM, terutama dalam industri *fashion* yang sangat kompetitif.

Selain itu, dukungan keluarga juga memegang peran krusial dalam keberhasilan bisnis. Dukungan keluarga berupa dukungan finansial, emosional, atau bahkan dukungan sosial. Keluarga yang memberikan dukungan dapat memberikan motivasi tambahan dan bantuan dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Dalam konteks UMKM di Indonesia, dukungan keluarga sering kali menjadi faktor

penentu yang membedakan antara kesuksesan dan kegagalan usaha. Keluarga yang terlibat dalam bisnis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan, memberikan saran, dan berbagi tanggung jawab, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan usaha tersebut.

Keluarga yang terlibat dalam bisnis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan, memberikan saran, dan berbagi tanggung jawab, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan usaha tersebut. Kualitas dari dukungan keluarga juga sangat berperan terhadap kesuksesan berwirausaha. Selain itu, pengusaha yang mendapat dukungan secara finansial cenderung lebih berpeluang untuk mengejar kesempatan dalam berwirausaha, sedangkan mereka yang tidak mendapat dukungan secara finansial lebih mungkin terdorong oleh kebutuhan. Dengan demikian pengusaha yang mendapat dukungan finansial memungkinkan wirausahawan untuk mengejar peluang dengan lebih leluasa (Molina, 2020).

Dalam konteks UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat, pengetahuan kewirausahaan, pemanfaatan media sosial, dan dukungan keluarga merupakan tiga elemen kunci yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis. Pengetahuan kewirausahaan akan membantu pemilik usaha dalam mengelola bisnis secara efisien, sementara media sosial akan membantu mereka dalam mempromosikan produk dan menjangkau pasar yang lebih luas. Dukungan keluarga, di sisi lain, akan memberikan stabilitas emosional dan finansial yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dengan sukses.

Di sektor UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat, terdapat berbagai tantangan yang menghalangi pencapaian kesuksesan bisnis. Salah satu hambatan utama adalah kurangnya pengetahuan kewirausahaan, yang mengakibatkan para pelaku usaha kesulitan dalam mengelola bisnis mereka secara efisien. Keterbatasan ini berdampak

pada penurunan daya saing, terutama di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, kurang optimalnya pemanfaatan media sosial turut membatasi jangkauan pemasaran dan efektivitas promosi produk, yang pada akhirnya mempengaruhi keberhasilan bisnis.

Dukungan keluarga juga memiliki peran penting dalam kesuksesan UMKM, namun sayangnya, dalam banyak kasus, dukungan ini belum sepenuhnya maksimal. Ketika dukungan dari keluarga, baik secara finansial, emosional, maupun sosial, tidak memadai, pengusaha UMKM sering kali mengalami kesulitan dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Kombinasi dari kurangnya pengetahuan kewirausahaan, pemanfaatan media sosial yang belum optimal, dan dukungan keluarga yang kurang kuat, menjadi penghalang signifikan dalam mencapai kesuksesan yang optimal di sektor UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat.

Dengan latar belakang serta fenomena yang telah dipaparkan ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial mempengaruhi keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat, serta bagaimana dukungan keluarga dapat memperkuat hubungan tersebut. Penelitian ini diberi judul **“PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DENGAN DIMODERASI DUKUNGAN KELUARGA PADA UMKM *FASHION* WANITA DI JAKARTA PUSAT”**.

2. Identifikasi Masalah

- a. Pengetahuan kewirausahaan yang rendah menghambat keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat.
- b. Pemanfaatan media sosial yang belum optimal membatasi keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita.
- c. Dukungan keluarga yang kurang kuat mengurangi keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita.
- d. Pengetahuan kewirausahaan dan media sosial yang belum maksimal menurunkan daya saing UMKM *fashion* wanita.
- e. Keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita yang belum maksimal karena pengetahuan kewirausahaan, media sosial, dan dukungan keluarga yang kurang optimal.

3. Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan dengan sejumlah batasan yang perlu diperhatikan, mengingat cakupan penelitian yang luas serta keterbatasan dalam waktu, tenaga, dan biaya. Oleh karena itu, peneliti menetapkan batasan tertentu untuk memastikan penelitian ini lebih fokus dan terarah. Batasan-batasan tersebut meliputi:

- a. Variabel pengetahuan kewirausahaan dibatasi dari aspek kemampuan kognitif dan praktis, pengalaman pendidikan dan pelatihan, kepercayaan diri, kecenderungan untuk terlibat, dan pengaruh langsung terhadap aktivitas kewirausahaan.
- b. Variabel media sosial dibatasi dari aspek media sosial untuk pemasaran, media sosial untuk layanan dan hubungan pelanggan, dan media sosial untuk akses informasi.
- c. Variabel keberhasilan usaha dibatasi dari aspek posisi kompetitif, harapan dan ekspektasi, dan evolusi dan pertumbuhan.

- d. Variabel dukungan keluarga, masalah dibatasi dari aspek dukungan emosional, dukungan finansial, dan motivasi dari keluarga.

4. Rumusan Masalah

- a. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat?
- b. Apakah media sosial berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat?
- c. Apakah dukungan keluarga berpengaruh positif dalam keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat?
- d. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat yang dimoderasi dengan dukungan keluarga?
- e. Apakah media sosial berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat yang dimoderasi dengan dukungan keluarga?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat.
- b. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat.
- c. Untuk mengetahui pengaruh dukungan keluarga terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat.
- d. Untuk mengetahui pengaruh dukungan keluarga sebagai moderator dalam hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat.

- e. Untuk mengetahui pengaruh dukungan keluarga memoderasi pengaruh media sosial terhadap keberhasilan UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi dalam literatur akademis mengenai hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap kesuksesan UMKM, khususnya bagi UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan baru terkait peran dukungan keluarga sebagai faktor yang memoderasi hubungan tersebut, sehingga dapat menjadi referensi penting bagi penelitian di bidang kewirausahaan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai keuntungan bagi sejumlah pihak. Keuntungan-keuntungan tersebut antara lain sebagai berikut:

1) Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini bertujuan memberikan panduan praktis bagi pemilik UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat dalam memperkuat pengetahuan kewirausahaan mereka serta memaksimalkan media sosial untuk meningkatkan keberhasilan bisnis. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya dukungan keluarga sebagai faktor yang dapat membantu UMKM mengatasi berbagai tantangan dan meningkatkan daya saing di pasar.

2) Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi bagi universitas dalam mengembangkan kurikulum yang lebih relevan dan praktis di bidang kewirausahaan. Penelitian ini juga dapat mendukung pengembangan program pembekalan atau pelatihan yang lebih sesuai dengan kebutuhan mahasiswa dan lulusan yang berminat mengembangkan karier di dunia kewirausahaan, khususnya dalam sektor UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Q., & Veri, J. (2024). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Menggunakan Metode Systematic Literature Review. *Digital Transformation Technology*, 4(1), 348–354. <https://doi.org/10.47709/digitech.v4i1.4095>
- Al Mamun, A., Fazal, S. A., & Muniady, R. (2019). Entrepreneurial knowledge, skills, competencies and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 29–48. <https://doi.org/10.1108/apjie-11-2018-0067>
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(01), 185–194.
- Anjum, T., Amoozegar, A., Farrukh, M., & Heidler, P. (2023). Entrepreneurial intentions among business students: the mediating role of attitude and the moderating role of university support. *Education and Training*, 65(4), 587–606. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2021-0020>
- Audretsch, D. B., Belitski, M., Caiazza, R., & Lehmann, E. E. (2020). Knowledge management and entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 373–385. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00648-z>
- Bachtiar, N. K., Setiawan, A., Prastyana, G. A., & Kijkasiwat, P. (2023). Business resilience and growth strategy transformation post crisis. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00345-5>
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Otto, K., König, C. J., & Bajwa, N. ul H. (2020). Positive Psychological Attributes and Entrepreneurial Intention and Action: The Moderating Role of Perceived Family Support. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.546745>

- Blanco-González-Tejero, C., Ulrich, K., & Ribeiro-Navarrete, S. (2024). Can Social Media Be a Key Driver to Becoming an Entrepreneur? *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-01764-9>
- Borgstede, M., & Scholz, M. (2021). Quantitative and Qualitative Approaches to Generalization and Replication—A Representationalist View. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.605191>
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. In *Europe's Journal of Psychology* (Vol. 16, Issue 3, pp. 352–356). PsychOpen. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez García, J. C. (2020). Entrepreneurship and Family Role: A Systematic Review of a Growing Research. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 10). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02939>
- Casteel, A., & Bridier, N. L. (2021). Describing populations and samples in doctoral student research. *International Journal of Doctoral Studies*, 16, 339–362. <https://doi.org/10.28945/4766>
- Chaves-Maza, M., & Fedriani, E. M. (2022). Defining entrepreneurial success to improve guidance services: a study with a comprehensive database from Andalusia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00213-8>
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2024). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*, 41(2), 745–783. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>
- de Sousa, M. M., de Almeida, D. A. R., Mansur-Alves, M., & Huziwara, E. M. (2022). Characteristics and Effects of Entrepreneurship Education Programs:

- a Systematic Review. *Trends in Psychology*, 32, 682–712. <https://doi.org/10.1007/s43076-022-00197-0>
- Delgado, P., Binzer, K., Shah, A., Ekberg, J., Arrieta, J., & Allwood, D. (2021). Accelerating population health improvement. *The BMJ*, 373. <https://doi.org/10.1136/bmj.n966>
- Dewi, L. (2024) *The Role of Family Support in Entrepreneurial Endeavors: Perspectives from Family-Owned Businesses*, 03 March 2024, PREPRINT (Version 1) available at Research Square. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-4003999/v1>
- Dharma, B., Sari, L. P., Pulungan, Z. G., William, J., Ps, I. V, Estate, M., Percut, K., & Tuan, S. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha. In *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)* (Vol. 1, Issue 4). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jekombis.v1i4.942>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Rana, N. P., & Raman, R. (2021). Social Media Adoption, Usage And Impact In Business-To-Business (B2B) Context: A State-Of-The-Art Literature Review. *Information Systems Frontiers*, 25, 971–993. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10106-y/Published>
- El-Menawy, S. M. A., & Saleh, P. S. (2023). How does the mediating role of the use of social media platforms foster the relationship between employer attractiveness and generation Z intentions to apply for a job? *Future Business Journal*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00233-0>
- Emmanuel, B., Zhao, S., Egala, S. B., Mammet, Y., & Godson, K. (2022). Social Media and Its Connection to Business Performance—A Literature Review. *American Journal of Industrial and Business Management*, 12(05), 877–893. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2022.125045>
- Ephrem, A. N., Nguetzet, P. M. D., Charmant, I. K., Murimbika, M., Awotide, B. A., Tahirou, A., Lydie, M. N., & Manyong, V. (2021). Entrepreneurial motivation, psychological capital, and business success of young entrepreneurs in the drc. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8). <https://doi.org/10.3390/su13084087>

- Erum, H., Abid, G., Anwar, A., Ijaz, M. F., & Kee, D. M. H. (2021). My family stands behind me: Moderated mediation model of family support and work engagement. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 11(2), 321–333. <https://doi.org/10.3390/ejihpe11020024>
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>
- Ferreras-Garcia, R., Sales-Zaguirre, J., & Serradell-López, E. (2021). Developing entrepreneurial competencies in higher education: a structural model approach. *Education and Training*, 63(5), 720–743. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2020-0257>
- Galvão, A., Marques, C., & Ferreira, J. J. (2020). The role of entrepreneurship education and training programmes in advancing entrepreneurial skills and new ventures. *European Journal of Training and Development*, 44(6–7), 595–614. <https://doi.org/10.1108/EJTD-10-2019-0174>
- Hagin, C., & Livingstone, &. (2021). *The antecedents of success among small- and medium-sized enterprises: evidence from Ghana*. <https://doi.org/10.1007/s40497-021-00285-y/Published>
- Hair Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hamdani, N. A., & Fatimah, A. (2024). The Effect of Entrepreneurial Knowledge on Business Success in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 1766–1775. https://doi.org/https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_186
- Hussain, N., & Li, B. (2022). Entrepreneurial Leadership and Entrepreneurial Success: The Role of Knowledge Management Processes and Knowledge

- Entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.829959>
- Ikhrum, A. D., & Novadjaja, L. H. (2020). The Effect of Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Intention with the Moderation of Family Support (A Case Study on University Students in Indonesia). *Asia Pacific Management and Business Application*, 008(03), 169–180. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2020.008.03.2>
- Imania, A. H., & Hidayat, A. M. (2022). Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Young Entrepreneur Academy Indonesia). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2526. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2397>
- Jebb, A. T., Ng, V., & Tay, L. (2021). A Review of Key Likert Scale Development Advances: 1995–2019. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 12). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.637547>
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Kadin Indonesia (2024). Data dan Statistik UMKM. Online at <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>, accessed 26 August 2024.
- Kanaan-Jebna, A. M. J., Alabdullah, T. T. Y., Ahmed, E. R., & Ayyasamy, R. K. (2022). Firm Performance and the Impact of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Competencies. *Business Ethics and Leadership*, 6(2), 68–77. [https://doi.org/10.21272/bel.6\(2\).68-77.2022](https://doi.org/10.21272/bel.6(2).68-77.2022)
- Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Shah, S. Z. A., & Hussain, M. (2021). Factors affecting women entrepreneurs' success: a study of small- and medium-sized enterprises in emerging market of Pakistan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00145-9>

- Komariah, N. S., Nursal, M. F., & Rianto, M. R. (2022). Pengaruh Inovasi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan Halal di Kota Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2247. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5957>
- Lai, A., & Hannes Widjaja, O. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(03), 576–584. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25336>
- Li, C., Ashraf, S. F., Shahzad, F., Bashir, I., Murad, M., Syed, N., & Riaz, M. (2020). Influence of Knowledge Management Practices on Entrepreneurial and Organizational Performance: A Mediated-Moderation Model. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.577106>
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 51–70. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>
- Liao, Y. K., Nguyen, V. H. A., & Caputo, A. (2022). Unveiling the role of entrepreneurial knowledge and cognition as antecedents of entrepreneurial intention: a meta-analytic study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(4), 1623–1652. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00803-8>
- Maharajh, R., Dhliwayo, S., & Chebo, A. K. (2024). The influence of family dynamics on business performance: does effective leadership matter? *Journal of Family Business Management*, 14(3), 515–533. <https://doi.org/10.1108/JFBM-04-2023-0058>
- Marolt, M., Zimmermann, H. D., Žnidaršič, A., & Pucihar, A. (2020). Exploring social customer relationship management adoption in micro, small and medium-sized enterprises. *Journal of Theoretical and Applied Electronic*

- Commerce Research*, 15(2), 38–58. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762020000200104>
- Martins, J. M., Shahzad, M. F., & Xu, S. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention to initiate new ventures: evidence from university students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00333-9>
- Mitcham, D., Taylor, M., & Harris, C. (2021). Utilizing social media for information dispersal during local disasters: The communication hub framework for local emergency management. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(20). <https://doi.org/10.3390/ijerph182010784>
- Mohd Dzin, N. H., & Lay, Y. F. (2021). Validity and reliability of adapted self-efficacy scales in malaysian context using pls-sem approach. *Education Sciences*, 11(11). <https://doi.org/10.3390/educsci11110676>
- Molina, J. A. (2020). Family and Entrepreneurship: New Empirical and Theoretical Results. In *Journal of Family and Economic Issues* (Vol. 41, Issue 1). Springer. <https://doi.org/10.1007/s10834-020-09667-y>
- Ndofirepi, T. M., & Steyn, R. (2023). An international study of early-stage entrepreneurship using global entrepreneurship monitor data. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(7), 1329–1351. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2023-0066>
- Neneh, B. N., & Welsh, D. H. B. (2022). Family support and business performance of South African female technology entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 28(6), 1631–1652. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2021-0402>
- Nguyen, A. T. H., Nguyen, P. V., & Do, H. T. S. (2022). The effects of entrepreneurial orientation, social media, managerial ties on firm performance: evidence from vietnamese smes. *International Journal of Data*

- and *Network Science*, 6(1), 243–252.
<https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.004>
- Olanrewaju, A. S. T., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. In *International Journal of Information Management* (Vol. 50, pp. 90–110). Elsevier Ltd.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.011>
- Pandey, K. K., Mamentu, M., & Sampe, S. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Manajerial dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pemberdayaan UMKM di Kecamatan Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(2338–9605), 1.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v12.i1.41-51>
- Pham, M., Nguyen, A. T. T., Tran, D. T., Mai, T. T., & Nguyen, V. T. (2023). The impact of entrepreneurship knowledge on students' e-entrepreneurial intention formation and the moderating role of technological innovativeness. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1).
<https://doi.org/10.1186/s13731-023-00351-7>
- Pirraglia, E., Giuliani, F., De Ciccio, R., Di Berardino, C., & Palumbo, R. (2023). The role of emotions in B2B product advertising on social media: a family business case study. *Journal of Family Business Management*, 13(1), 146–165. <https://doi.org/10.1108/JFBM-12-2021-0157>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Qi, Y., Zhao, M., Geng, T., Tu, Z., Lu, Q., Li, R., Niu, L., Qu, W., Zhong, Y., & Gao, Y. (2024). The relationship between family functioning and social media addiction among university students: a moderated mediation model of depressive symptoms and peer support. *BMC Psychology*, 12(1).
<https://doi.org/10.1186/s40359-024-01818-2>

- Rahayu, N. S., Masduki, & Ellyanawati, E. R. N. (2023). Women entrepreneurs' struggles during the COVID-19 pandemic and their use of social media. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00322-y>
- Rudolph, J. E., Zhong, Y., Duggal, P., Mehta, S. H., & Lau, B. (2023). Defining representativeness of study samples in medical and population health research. *BMJ Medicine*, 2(1), e000399. <https://doi.org/10.1136/bmjmed-2022-000399>
- Salsabila, P., & Anisah, H. U. (2024). Navigating the Path to Sustainability: The Interplay of Entrepreneurial Knowledge, Creativity, and Motivation in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Landscape. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 7(5), 1744–1758. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v7i5.267>
- Samat, M. F. (2020). *SME Performance: The Effects of Social Media Marketing Adoption and Competitive Intelligence*. IEBMC 2019 9th International Economics and Business Management Conference, 652–659. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.12.05.71>
- Setiabudi, K. J. (2019). Pengaruh Dukungan Keluarga dan Kepribadian Wirausaha terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Terakreditasi “A” pada Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surabaya. *AGORA*, 7(1).
- Solans-Domènech, M., MV Pons, J., Adam, P., Grau, J., & Aymerich, M. (2019). Development and validation of a questionnaire to measure research impact. *Research Evaluation*, 28(3), 253–262. <https://doi.org/10.1093/reseval/rvz007>
- Tehseen, S., Johara, F., Halbusi, H. Al, Islam, M. A., & Fattah, F. A. M. A. (2023). Measuring dimensions of perceived business success among Malaysian and Bangladeshi SME owners. *Rajagiri Management Journal*, 17(2), 102–124. <https://doi.org/10.1108/ramj-05-2021-0045>

- Teresiene, D., Keliuotyte-Staniuleniene, G., Liao, Y., Kanapickiene, R., Pu, R., Hu, S., & Yue, X. G. (2021). The Impact of the COVID-19 Pandemic on Consumer and Business Confidence Indicators. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(4). <https://doi.org/10.3390/jrfm14040159>
- Tomaszewski, L. E., Zarestky, J., & Gonzalez, E. (2020). Planning Qualitative Research: Design and Decision Making for New Researchers. *International Journal of Qualitative Methods*, 19. <https://doi.org/10.1177/1609406920967174>
- Troise, C., Dana, L. P., Tani, M., & Lee, K. Y. (2022). Social media and entrepreneurship: exploring the impact of social media use of start-ups on their entrepreneurial orientation and opportunities. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(1), 47–73. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2021-0041>
- Vanaken, L., Scheveneels, S., Belmans, E., & Hermans, D. (2020). Validation of the Impact of Event Scale With Modifications for COVID-19 (IES-COVID19). *Frontiers in Psychiatry*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.00738>
- Wang, S., Shi, G., Lu, M., Lin, R., & Yang, J. (2021). Determinants of active online learning in the smart learning environment: An empirical study with pls-sem. *Sustainability (Switzerland)*, 13(17). <https://doi.org/10.3390/su13179923>
- Welsh, D. H. B., & Kaciak, E. (2019). Family enrichment and women entrepreneurial success: the mediating effect of family interference. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1045–1075. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00587-4>
- Wibowo, A., Chen, S. C., Wiangin, U., Ma, Y., & Ruangkanjanases, A. (2021). Customer behavior as an outcome of social media marketing: The role of social media marketing activity and customer experience. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13010189>

- Wijaya, W. R., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(03), 797–804.
- Willie, M. M. (2022). Differentiating Between Population and Target Population in Research Studies. *International Journal of Medical Science and Clinical Research Studies*, 02(06), 521–523. <https://doi.org/10.47191/ijmscrs/v2>
- Wiśniowski, A., Sakshaug, J. W., Perez Ruiz, D. A., & Blom, A. G. (2020). Integrating probability and nonprobability samples for survey inference. In *Journal of Survey Statistics and Methodology* (Vol. 8, Issue 1, pp. 120–147). American Association for Public Opinion Research. <https://doi.org/10.1093/jssam/smz051>
- Xu, F., Kellermanns, F. W., Jin, L., & Xi, J. (2020). Family support as social exchange in entrepreneurship: Its moderating impact on entrepreneurial stressors-well-being relationships. *Journal of Business Research*, 120, 59–73. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.033>
- Zhang, W., Li, Y., Zeng, Q., Zhang, M., & Lu, X. (2022). Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention among College Students: A Meta-Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19). <https://doi.org/10.3390/ijerph191912158>