

BAB I

PENDAHULUAN

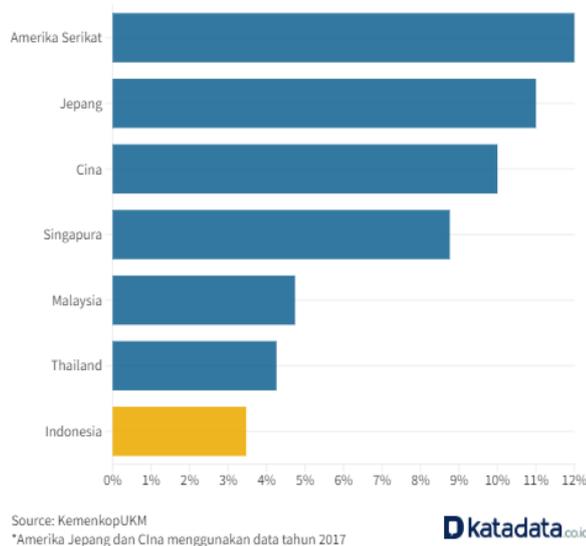
1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini di Indonesia masih banyaknya industri yang baru mulai melakukan adaptasi terhadap revolusi industri 4.0, tetapi sudah timbul wacana perihal revolusi industri 5.0 atau yang bisa disebut dengan *Society 5.0* (www.talenta.co, 3 September 2023). *Society 5.0* memiliki fokus pada teknologi dan manusia (*human-centered*) (Hastuti, et al., 2023). *Society 5.0* yang secara umum merupakan pengembangan teknologi di era digitalisasi yang lebih berfokus terhadap integrasi pada teknologi modern, seperti: *artificial intelligence (AI)*, *internet of things (IoT)*, serta teknologi robot yang berkaitan dengan keahlian manusia, agar inovasi tersebut dapat menjadi pendorong pertumbuhan sistem produksi yang lebih fleksibel, efisien, berkesinambungan, serta dapat meningkatkan kesejahteraan. Sehingga secara keseluruhan, pada era *Society 5.0* dapat memberikan banyak dampak atau pengaruh yang positif bagi para pemain di industri terkait, para pekerja, konsumen, dan masyarakat disekitarnya, dalam meningkatkan kinerja, produktivitas, kualitas, keamanan dan keselamatan pada saat dilakukannya proses produksi, terbukanya banyak lapangan pekerjaan baru, serta dapat mengurangi polusi dan dampak negatif bagi lingkungan sekitar.

Indonesia masih berada dalam kategori negara berkembang, karena HDI yang dimiliki Indonesia masih dibawah 0.8 (Hastuti, et al., 2023). Tetapi menurut organisasi perdagangan dunia atau *World Trade Organization (WTO)*, Indonesia sudah dikategorikan menjadi negara maju.

Rasio Jumlah Pengusaha terhadap Populasi

(2020)



Gambar 1. 1 Rasio Kewirausahaan
Sumber: Katadata (2023)

Menurut Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia (2020) menyatakan, Indonesia perlu rasio kewirausahaan minimal sebesar 4% dari populasi penduduk atau setara kurang lebih 11 juta penduduk sebagai prasyarat untuk Indonesia menjadi negara maju, sedangkan menurut data yang dikeluarkan oleh katadata.co.id (21 September 2023) yang bersumber dari Kementerian Koperasi dan UKM pada gambar 1.1 di tahun 2020, rasio *entrepreneur* atau pengusaha di Indonesia sebesar 3.47% dari total populasi penduduk atau sekitar 9,434 juta penduduk. Sehingga dari hal tersebut, pemerintah di Indonesia melakukan beberapa upaya dalam melakukan akselerasi terhadap pembentukan kemampuan, serta pengembangan ekonomi secara digital, dengan cara melakukan pembangunan pada fasilitas *data center* dan jaringan internet 5G, membuat program *Digital Leadership Academy* dan pelaksanaan *training* melalui Program Kartu Prakerja, mengembangkan ekosistem untuk UMKM yang berbasis digital, mengeluarkan Peraturan Undang-undang Cipta Kerja, serta pemerintah memberikan pendanaan dalam membantu *start-up* yang bergerak di sektor teknologi (www.ekon.go.id, 21 September 2023).

Edukasi kewirausahaan yang ada di perguruan tinggi merupakan suatu hal penting dalam memotivasi dan mendorong para calon wirausahawan untuk dapat

memulai merintis usaha mereka (Ardiani & Putra, 2020). Sehingga dapat menjadi keuntungan bagi generasi muda dalam menjadi seorang *entrepreneur*, karena dapat lebih mudah dalam mengadopsi dan beradaptasi pada perkembangan teknologi (Kusumawardhany & Dwiarta, 2020).

Generasi Z merupakan generasi yang lahir di rentang tahun 1997 sampai 2012, yang pada tahun 2023 ini memiliki usia 9 tahun hingga 26 tahun, sedangkan generasi milenial lahir di rentang tahun 1981 sampai 1996 (www.pewresearch.org, 26 Oktober 2023; Khan & Bansal; Helaludin dalam Nurkhakiki et al., 2023). Menurut Khan & Bansal; Helaludin dalam Nurkhakiki et al. (2023), Generasi Z merupakan generasi yang berkembang pada zaman digitalisasi. Dalam era *Society 5.0* ini, generasi Z dan generasi Milenial memiliki peran sebagai wirausahawan digital, talenta digital, serta sebagai konsumen atau pelanggan potensial dari produk dalam negeri/domestik (Kemenkop UKM dalam www.ekon.go.id, 21 September 2023).



Gambar 1. 2 Jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan internet pada 2023
Sumber: Indonesiabaik.id (2023)

Berdasarkan data yang didapat dari hasil survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dalam jangka waktu atau periode 2022-2023, sekitar 215,6 juta penduduk atau 78,19% dari populasi penduduk Indonesia telah memiliki akses terhadap penggunaan internet. Dan 167

juta penduduk atau 60% dari populasi penduduk Indonesia telah menggunakan sosial media, yang artinya dari setiap 5 penduduk terdapat 3 orang yang menggunakan sosial media (www.blog.slice.id, 18 Agustus 2023).

Selama masa pandemi Covid-19, penyebaran informasi secara digital semakin luas dan berjalan dengan cepat (kompas.id, 18 Agustus 2023). Pada akhir tahun 2020, Kompas.id melakukan survei secara nasional, hasil dari penelitian dengan 2000 responden tersebut mendapatkan hasil bahwa mayoritas pengguna media daring adalah generasi muda, yaitu Generasi Y atau milenial yang lahir pada tahun 1981-1996 dan Generasi Z yang lahir pada 1997-2012.

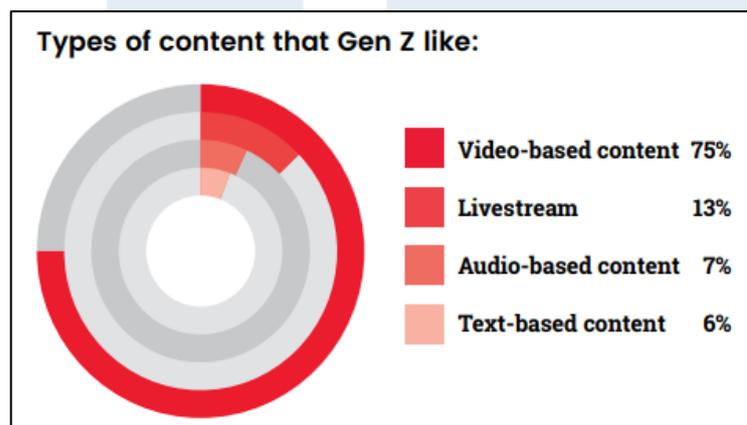
Youtube, Facebook, Tiktok, dan Instagram merupakan media sosial yang populer di Indonesia pada tahun 2023 dengan memiliki lebih dari 50 juta pengguna aktif, selanjutnya disusul dengan Messenger, Twitter atau yang sekarang menjadi X, LinkedIn, dan Snapchat (www.blog.slice.id, 18 Agustus 2023). Di urutan pertama, Youtube memiliki sekitar 139 juta pengguna aktif. Facebook di urutan kedua dengan pengguna aktif sekitar 119.9 juta. Tiktok di urutan ketiga dengan pengguna aktif sekitar 109.9 juta. Dan Instagram di urutan urutan keempat dengan pengguna aktif sekitar 89.15 juta.



Gambar 1. 3 Demografi pengguna TikTok dan Instagram
Sumber: Slice.id (2023)

Berdasarkan data demografi dari www.blog.slice.id (18 Agustus 2023), pada gambar 1.3, hampir setengah pengguna aktif media sosial TikTok dan Instagram di Indonesia adalah penduduk yang memiliki usia di bawah 25 tahun. Media sosial TikTok memiliki pengguna aktif sebanyak 109.9 juta, dimana 44.3%

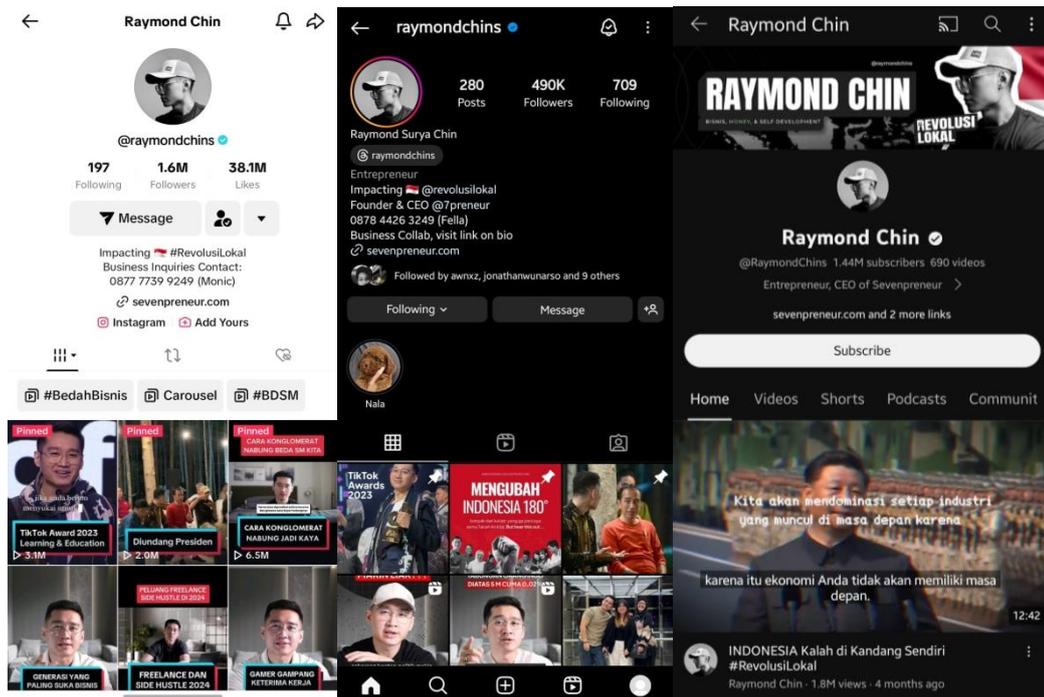
atau sekitar 48.6 juta pengguna berusia di bawah dari 25 tahun, dan 55.7% atau sekitar 61.2 juta pengguna berusia di atas dari 25 tahun. Sedangkan, Instagram memiliki pengguna aktif sebanyak 89 juta, dimana 48.3% atau sekitar 42.9 juta pengguna berusia di bawah dari 25 tahun, dan 51.7% atau sekitar 46 juta pengguna berusia di atas dari 25 tahun. Dari demografi tersebut, hampir setengah dari pengguna aktif media sosial TikTok adalah generasi muda.



Gambar 1. 4 Grafik konten di media sosial yang disukai Gen Z
Sumber: IDN Research Insitute (2022)

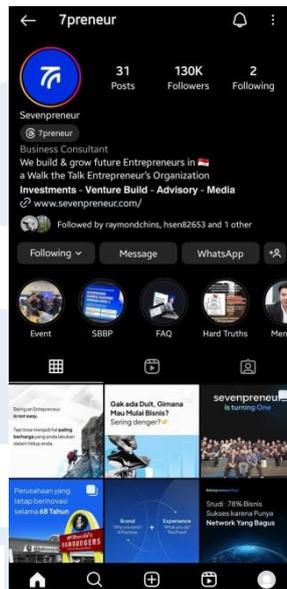
Popularitas dari media sosial TikTok, Youtube, dan Instagram dikarenakan preferensi generasi Z pada konten-konten audio visual atau video (IDN Research Institute, 2022). Konten audio visual atau video yang tersebar di media sosial TikTok, Youtube, dan Instagram memiliki isi konten yang memiliki berbagai jenis, seperti konten edukasi, gaya hidup, finansial, dll. Dengan banyaknya berbagai jenis konten tersebut generasi Z bisa mendapatkan berbagai informasi yang dapat berguna pada kehidupan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 5 Akun Tiktok, Instagram, dan Youtube milik Raymond Chin

Salah satu *social media influencer* yang juga merupakan seorang *entrepreneur* muda di Indonesia, yakni Raymond Chin. Raymond Chin merupakan salah satu *social media influencer* yang memiliki banyak pengikut di akun media sosialnya. Di Instagram, Raymond memiliki pengikut sebanyak 490 ribu, di media sosial TikTok ia memiliki pengikut sebanyak 1.6 juta pengikut, serta di akun Youtube-nya ia memiliki 1.44 *subscribers*. Kepopulerannya di media sosial didukung karena konten-konten yang ia bagikan. Konten yang ia bagikan merupakan konten yang berkaitan dengan dunia kewirausahaan dan investasi. Konten yang ia buat sangat informatif dan dirangkum secara jelas dan mudah dipahami, sehingga dapat menarik banyak *audiens*.

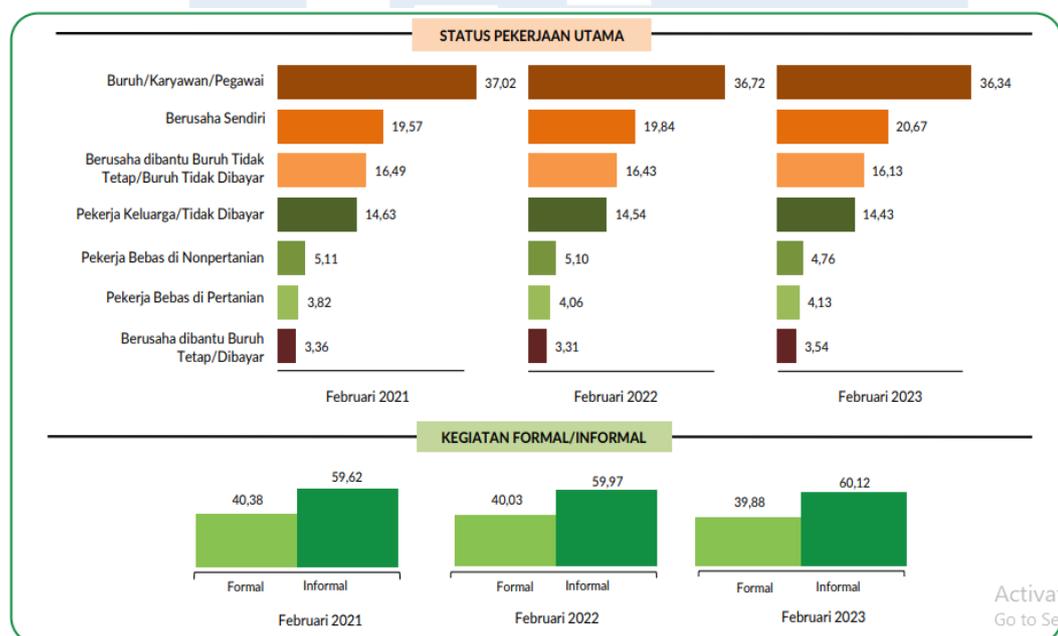


Gambar 1. 6 Akun Instagram @7preneur

Raymond Chin juga merupakan *CEO & Founder* dari @7preneur. @7preneur merupakan program pelatihan bisnis yang disusun dalam 7 pertemuan, yang mengadopsi 7 kerangkabisnis yang efektif, dan juga dalam program ini memiliki fasilitas mentor-mentor yang berpengalaman dari berbagai industri. Program dari @7preneur ini dapat membantu para individu yang ingin mulai merintis bisnis dan mengembangkan bisnis yang telah ada.

Selain dapat memberikan pengaruh pada pembelajaran, kebiasaan dari generasi Z dalam menggunakan media sosial di kehidupan sehari-hari dapat juga mempengaruhi generasi Z dalam niat untuk merintis usaha, dimana media sosial dapat dijadikan suatu wadah dan alat untuk dapat melakukan praktik kegiatan wirausaha (Nurkhakiki et al., 2023; Alayis, et al., 2018). *Social media* bisa dijadikan suatu tempat yang efisien dan efektif yang dapat berguna bagi wirausahawan yang akan baru ingin memulai usaha (Alayis, et al., 2018). Tetapi berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardhany dan Dwiarta pada tahun 2020 yang melibatkan sampel sebanyak 150 mahasiswa S1 dari universitas atau perguruan tinggi swasta maupun negeri, mendapatkan hasil bahwa *Personal Attitude* dan *Educational Support* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Entrepreneurial Intention*, sedangkan penggunaan *Social Media* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap *Entrepreneurial Intention*.

Selanjutnya, dalam penelitian yang dilakukan oleh Widyanti, et al., pada 2021. Di dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa hasil dari 551 pemilik usaha di daerah Banjarmasin, yang lahir pada tahun 1980 dan setelahnya, para wirausahawan Indonesia merasa kurang percaya diri pada kemampuan yang dimilikinya, terutama pada generasi millennial. Mereka cenderung menjauhi hal-hal yang tidak pasti, enggan melakukan tindakan yang beresiko, serta tidak memiliki keterbukaan pada hal-hal baru. Sehingga kecenderungan tersebut bertolak belakang dengan aspek seorang wirausaha yakni, kemandirian.



Gambar 1. 7 Status pekerjaan penduduk Indonesia tahun 2023
 Sumber: BPS.go.id (2023)

Dalam upaya pemerintah Indonesia dalam menciptakan banyak wirausahawan tidaklah mudah, karena terdapat budaya masyarakat yang ketika telah menyelesaikan masa pendidikannya, masyarakat tersebut lebih memilih untuk mencari pekerjaan (katadata.co.id, 21 Agustus 2023). Pada gambar 1.5 pada Februari tahun 2023, BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia memiliki catatan jumlah angkatan kerja di Indonesia sebanyak 146.62 juta penduduk, dengan status pekerjaan yang utama adalah sebagai buruh/karyawan/pegawai memiliki rasio sebesar 36,34% atau sekitar 53,28 juta penduduk.

Data yang bersumber dari BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia pada tahun 2021 dan 2022, jumlah pencari kerja di Indonesia lebih banyak daripada

jumlah lowongan pekerjaan yang tersedia, walaupun dari tahun 2021 ke tahun 2022 mengalami penurunan, dari 2.737.799 menjadi 937.176. Penurunan tersebut juga terjadi pada jumlah lowongan pekerjaan yang tersedia, pada tahun 2021 memiliki jumlah lebih dari 500 ribu, dan pada tahun 2022 menjadi sekitar 59 ribu. Terdapat 937.176 masyarakat yang mencari pekerjaan, tetapi lowongan pekerjaan yang tersedia kurang dari 60 ribu (katadata.co.id, 21 Agustus 2023). Sehingga, menyebabkan terjadinya ketimpangan pada jumlah masyarakat atau penduduk yang mencari pekerjaan terhadap jumlah lowongan pekerjaan yang tersedia.

Karakteristik Pengangguran	Februari 2021 (persen)	Februari 2022 (persen)	Februari 2023 (persen)	Perubahan Feb 2021-Feb 2022 (persen poin)	Perubahan Feb 2022-Feb 2023 (persen poin)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)	6,26	5,83	5,45	-0,43	-0,38
TPT Menurut Jenis Kelamin					
- Laki-laki	6,81	6,31	5,83	-0,50	-0,48
- Perempuan	5,41	5,09	4,86	-0,32	-0,23
TPT Menurut Daerah Tempat Tinggal					
- Perkotaan	8,00	7,61	7,11	-0,39	-0,50
- Perdesaan	4,11	3,72	3,42	-0,39	-0,30
TPT Menurut Kelompok Umur					
- 15-24 tahun	18,03	17,08	16,46	-0,95	-0,62
- 25-59 tahun	4,57	4,29	3,95	-0,28	-0,34
- 60 tahun ke atas	1,29	1,22	1,13	-0,07	-0,09

Gambar 1. 8 Tingkat pengangguran terbuka di Indonesia
Sumber: BPS.go.id (2023)

Dari adanya ketimpangan pada jumlah masyarakat atau penduduk yang mencari pekerjaan terhadap jumlah lowongan pekerjaan yang tersedia, berdampak pada angka pengangguran di Indonesia. Berdasarkan gambar 1.6 data yang didapat dari BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia pada bulan Februari 2023, angka tingkat pengangguran sebesar 5.45% atau sekitar 7.9 juta penduduk angkatan kerja masih menjadi pengangguran, angka tersebut lebih rendah jika dibandingkan pada Februari 2022 dan 2021. Sehingga, jika adanya lebih banyak penduduk Indonesia yang memulai berwirausaha, maka kesempatan untuk mengurangi angka pengangguran semakin besar, karena terciptanya lapangan kerja baru.

Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang, berdasarkan data dari BPS (2022), di tahun 2020 sampai 2022 angka tingkat pengangguran di Kota Tangerang mengalami peningkatan pada tahun 2021, dan di tahun 2022 mengalami penurunan hingga memiliki persentase yang lebih kecil dibandingkan tahun 2020. Sedangkan angka tingkat pengangguran di Kabupaten Tangerang terus mengalami penurunan dari tahun 2020 sampai 2022. Sehingga berdasarkan data dari BPS (2022), jumlah tingkat pengangguran di Tangerang Kota sebanyak 138.227 jiwa dan di Kabupaten Tangerang sebanyak 264.174 jiwa.



Gambar 1. 9 Infografis Ketenagakerjaan di Kota Tangerang
Sumber: Sistem Informasi Statistik Kota Tangerang (2021)

Di Kota Tangerang pada 2019, dari hampir 75 ribu pencari kerja, terdapat 57 ribu pengangguran yang merupakan penduduk berusia produktif berkisar 15 sampai 30 tahun (statistik.tangerangkota.go.id, 2021).

Tabel 2.3.23 Jumlah Pencari Kerja Berdasarkan Jenjang Pendidikan di Kabupaten Tangerang

Tahun	Jenjang Pendidikan							
	Tidak Tamat SD	SD	SLTP	SLTA /SMA	DI-DIII	DIV /S1	S2	S3
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
2019	182	692	4.138	39.717	616	2.524	0	-
2020	59	526	3.097	33.224	242	1.131	1	-
2021	33	373	3.059	39.799	400	3.850	-	-
2022	37	376	2.107	52.615	291	2.508	15	-

Sumber: Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Tangerang Tahun 2023 (per 28 Maret 2023)

Gambar 1. 10 Infomasi Ketenagakerjaan di Kabupaten Tangerang
Sumber: Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tangerang (2023)

Data dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tangerang (2023) tingkat pencari kerja di Kabupaten Tangerang dengan jenjang pendidikan SMA – S2 pada tahun 2022 sebanyak kurang lebih 55 ribu penduduk.

Pandemi Covid-19 di tahun 2021, pemerintah Kota Tangerang menyelenggarakan program-program yang dapat membantu peningkatan jumlah UMKM dan UKM yang berada di Kota Tangerang. Dari program-program tersebut, di Q3 2021 kondisi ekonomi dengan kondisi -0,2 yang lebih tinggi, dibandingkan pada Q3 2020 dengan kondisi -6,92 (www.liputan6.com, 26 Oktober 2023). Tidak hanya di Kota Tangerang, peningkatan UMKM di Kabupaten juga terjadi, pada 2020 sampai 2021, Dinas Koperasi & Usaha Mikro wilayah Kabupaten Tangerang mencatat terdapat 25.918, dan pada 2022 mengalami peningkatan sebanyak kurang lebih 33 ribu, sehingga memiliki total 59.257 UMKM di wilayah kabupaten Tangerang (news.republika.co.id, 26 Oktober 2023).

Sehingga, dari adanya peningkatan jumlah kegiatan kewirausahaan tersebut, maka dapat meningkatkan lapangan pekerjaan di Kota dan Kabupaten Tangerang. Dengan begitu dapat menurunkan angka pengangguran di masyarakat.

Pada era *Society 5.0* dapat memberikan banyak peluang untuk para generasi muda, khususnya Generasi Z dalam menjadi seorang wirausahawan. Dengan adanya *educational support* yang diberikan oleh lingkungan sekitar dan *social media* yang menyediakan berbagai macam informasi terkait dunia wirausaha, dapat membantu generasi muda dalam mematangkan kepercayaan dalam diri mereka untuk menjadi seorang *entrepreneur* atau pengusaha yang sukses dan dapat memberikan dampak yang positif terhadap diri sendiri dan lingkungan disekitarnya. Penulis ingin mengetahui dampak atau pengaruh *personal attitude*, *educational support*, dan *social media* terhadap *entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Tangerang Kota dan Kabupaten Tangerang. Sehingga, penulis melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Personal Attitude*, *Educational Support*, dan *Social Media* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang”.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Kewirausahaan sangat penting dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi bagi suatu negara. Seorang wirausaha atau pengusaha dapat mendorong inovasi-

inovasi serta menciptakan lapangan pekerjaan baru. Kurangnya kegiatan kewirausahaan di Indonesia menciptakan adanya ketimpangan pada jumlah penduduk yang mencari pekerjaan terhadap jumlah lowongan pekerjaan yang tersedia, sehingga mengakibatkan peningkatan angka pengangguran di Indonesia.

Ditemukannya penelitian yang meneliti para wirausahawan Indonesia merasa kurang percaya diri pada kemampuan yang dimilikinya, terutama pada generasi millennial (Basuki *et al.*, 2021).

Dalam era *Society 5.0* dapat memberikan banyak peluang untuk para generasi muda untuk menjadi seorang wirausahawan. *Social media* bisa dijadikan suatu tempat yang efisien dan efektif yang dapat berguna bagi wirausahawan yang akan baru ingin memulai usaha (Alayis *et al.*, 2018). Tetapi terdapat penelitian yang mendapatkan hasil penggunaan *Social Media* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap *Entrepreneurial Intention* (Kusumawardhany & Dwiarta, 2020).

Didasarkan pada beberapa permasalahan yang ada di atas, maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan pada penelitian adalah:

1. Apakah *personal attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang?
2. Apakah *personal attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *educational support* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang?
3. Apakah *personal attitude* memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *social media* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang?
4. Apakah *educational support* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang?
5. Apakah penggunaan *social media* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang?

1.3 Tujuan Penelitian

Didasarkan pada rumusan dan pertanyaan masalah yang digunakan pada penelitian ini, maka terdapat tujuan sebagai jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah dari dilakukannya penelitian ini, tujuan-tujuan tersebut adalah:

1. Mengetahui pengaruh positif dari *personal attitude* terhadap *entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang
2. Mengetahui pengaruh positif dari *personal attitude* terhadap *educational support* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang
3. Mengetahui pengaruh positif dari *personal attitude* terhadap penggunaan *social media* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang
4. Mengetahui pengaruh positif dari *educational support* terhadap *entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang
5. Mengetahui pengaruh positif dari penggunaan *social media* terhadap *entrepreneurial intention* pada Generasi Z di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun harapan dari penulis mengenai manfaat dan dampak positif dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Harapan penulis terhadap penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan referensi, wawasan, serta ilmu pengetahuan terhadap individu maupun kelompok yang akan mendalami industri bisnis. Serta penelitian ini dapat menjadi sumber referensi kepada peneliti selanjutnya yang mengambil topik serupa, yaitu tentang pengaruh *personal attitude*,

educational support, dan penggunaan *social media* terhadap *entrepreneurial intention*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat menjadi sumber informasi, serta memberikan saran terkait dengan pengaruh *personal attitude*, *educational support*, dan penggunaan *social media* terhadap *entrepreneurial intention* yang dapat dijadikan data pendukung pada institusi terkait. Dan juga dapat dijadikan evaluasi, agar dapat meningkatkan minat untuk berwirausaha khususnya Generasi Z dalam menurunkan angka pengangguran di Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, adapun keterbatasan dalam kriteria dan konteks agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus dalam mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat. Batasan yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

1. Pada penelitian ini, responden yang digunakan merupakan Generasi Z yang berusia minimal 17 tahun sampai 26 tahun, yang tinggal di Tangerang Kota dan Kabupaten Tangerang.
2. Responden telah mendapatkan edukasi secara formal maupun non-formal terkait dengan kewirausahaan.
3. Responden telah menggunakan media sosial (Youtube, TikTok, Instagram) lebih dari 1 tahun.
4. Pengumpulan data yang dilakukan secara *online* dengan menyebarkan kuesioner dengan bantuan Google Formulir.
5. Penulis tidak dapat memastikan setiap responden mendapatkan dukungan edukasi kewirausahaan yang sama rata.
6. Penulis tidak dapat memastikan bahwa setiap responden menerima informasi-informasi kewirausahaan di media sosial.
7. Terbatasnya informasi terbaru terkait data statistik di Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan pada penelitian ini, terdapat lima bab. Di setiap bab akan memiliki tujuan dan fungsi yang saling berkaitan. Berikut ini merupakan sistematika atau struktur penulisan pada penelitian ini:

1. Bab I: Pendahuluan

Bagian bab I, yaitu pendahuluan membahas latar belakang dari dilakukannya penelitian ini, dari latar belakang akan teridentifikasi rumusan masalah yang terjadi, sehingga akan menjadi beberapa pertanyaan terkait dengan dilakukannya penelitian ini. Sehingga, akan ada tujuan sebagai jawaban dari pertanyaan yang terdapat dalam penelitian ini. Selain itu, terdapat beberapa bagian lain, yaitu: manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

2. Bab II: Landasan Teori

Bagian bab II, yaitu landasan teori akan berisikan tinjauan pustaka terkait dengan teori dan konsep yang digunakan pada penelitian ini. Teori dan konsep tersebut akan menjelaskan tentang *entrepreneurship, personal attitude, educational support, social media, entrepreneurial intention, & theory of planned behaviour*. Pada bab ini juga akan terdapat kerangka konsep, serta hipotesis untuk penelitian.

3. Bab III: Metodologi Penelitian

Bagian bab III, yaitu metodologi penelitian akan berisi gambaran umum terkait dengan populasi, sampel, objek, dan desain atau metode penelitian untuk digunakan penulis dalam melakukan penelitian. Dan juga terdapat teknik atau cara pengumpulan data, data yang didapatkan akan digunakan oleh penulis untuk diolah dan dianalisis.

4. Bab IV Analisis dan Pembahasan

Bagian bab IV, yaitu analisis dan pembahasan akan memaparkan dan menjelaskan hasil dari data yang telah didapatkan oleh penulis. Dari data-data tersebut akan dikaitkan dengan teori yang telah dijelaskan oleh

penulis. Maka dari hubungan yang terdapat dari data dan teori tersebut akan dapat memecahkan rumusan masalah yang ada, serta dapat memvalidasi atau memverifikasi hipotesis.

5. Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bagian bab V, yaitu kesimpulan dan saran akan menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan penulis, serta terdapat saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya. Sehingga penelitian ini dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi dikedepannya.

