Skripsi Angelina Mahesa Putri

by Angelina Mahesa Putri

Submission date: 25-May-2026 12:01PM (UTC+0700)
Submission ID: 2968871878
File name: Angelina_Mahesa_Putri_1122200019_TURNITIN_1,4,5.pdf (2.01M)
Word count: 14681
Character count: 60870

BAB I

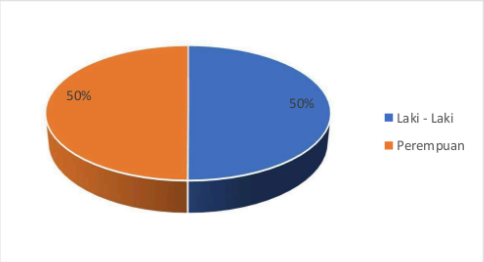
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Visi ambisius Indonesia Emas 2045 kini menghadapi tantangan besar akibat rendahnya rasio kewirausahaan nasional yang masih berada diangka 3,29% per Desember 2025. Meskipun data BPS tahun 2025 menunjukkan adanya 58,51 juta pelaku usaha, angka tersebut belum mampu mengangkat daya saing Indonesia di kancah regional. Rasio kewirausahaan di Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara tetangga. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan (Kemendag) tahun 2025, jumlah wirausahawan di Indonesia baru mencapai 3,57%. Angka ini masih lebih rendah dibandingkan Malaysia dan Thailand yang sudah di atas 4%, serta Singapura yang mencapai 8,6%.

Kondisi ini menjadi peringatan serius bagi masa depan ekonomi bangsa, mengingat struktur demografi Indonesia saat ini didominasi oleh Generasi Z (74,93 juta jiwa) dan Milenial (69,38 juta jiwa). Tanpa ekosistem kewirausahaan yang mapan dan minat yang kuat dari kedua generasi tersebut, potensi bonus demografi berisiko menjadi beban sosial alih-alih mesin pertumbuhan. Oleh karena itu, diperlukan langkah konkret untuk mentransformasi kuantitas pelaku usaha rintisan menjadi kualitas wirausaha yang berkelanjutan demi menjawab tantangan menuju tahun 2045.

Gambar 1.1 Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2025



Sumber : (Diolah oleh penulis, 2026)

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa persentase pengangguran antara laki- laki dan perempuan berada pada angka yang sama, yaitu masing-masing sebesar 50%. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan dalam tingkat pengangguran berdasarkan gender pada tahun tersebut, sehingga baik laki-laki maupun perempuan memiliki peluang yang relatif seimbang dalam menghadapi risiko pengangguran. Kondisi ini dapat mengindikasikan bahwa permasalahan ketenagakerjaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor gender, tetapi juga oleh faktor lain seperti keterampilan, pendidikan, dan peluang kerja yang tersedia.

Disisi lain per Desember 2025 proporsi lapangan kerja pada Perempuan memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan Laki-Laki, yaitu sekitar 64% untuk Perempuan dan 56% Untuk Laki- Laki. Hal ini menunjukkan bahwa secara kuantitas, perempuan memiliki keterlibatan yang cukup besar dalam dunia kerja.

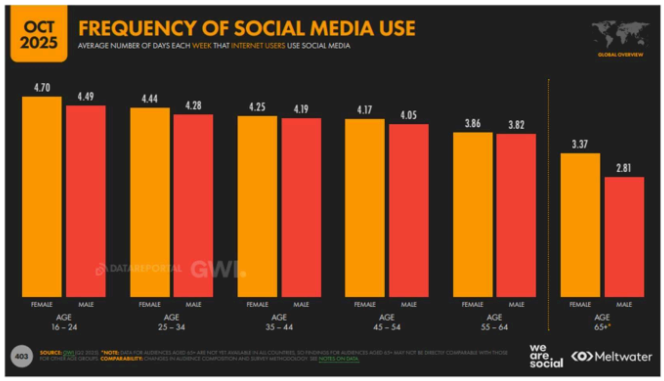
Perkembangan kesetaraan gender di Indonesia menunjukkan dinamika yang kompleks antara capaian dan tantangan yang masih perlu diselesaikan. Berdasarkan laporan *Indonesia Gender Data Landscape* 2026 yang diterbitkan oleh Bank Dunia, Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang cukup baik dalam beberapa aspek, khususnya pada bidang pendidikan dan kepemilikan bisnis. Tingkat penyelesaian pendidikan menengah bawah tercatat sangat tinggi, yaitu mencapai 98,8% untuk perempuan dan 100% untuk laki-laki, yang menunjukkan bahwa akses pendidikan relatif setara.

Selain itu, partisipasi perempuan dalam kepemilikan bisnis juga tergolong tinggi, yaitu sebesar 59,4%, bahkan melampaui rata-rata global sebesar 34%. Namun demikian, capaian tersebut belum sepenuhnya mencerminkan kesetaraan yang merata, karena masih terdapat kesenjangan signifikan dalam partisipasi angkatan kerja, di mana laki-laki mencapai 82,3% sementara perempuan hanya 53,7%, serta tingginya proporsi perempuan yang bekerja di sektor rentan dibandingkan laki-laki.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, khususnya dalam cara berkomunikasi dan mengakses informasi. Internet kini menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari, termasuk dalam bidang ekonomi dan kewirausahaan. Kehadiran media sosial sebagai produk dari perkembangan teknologi ini telah menciptakan ruang baru bagi individu untuk berinteraksi, belajar, dan mengembangkan potensi diri secara lebih luas dan fleksibel.

Salah satu *platform* media sosial yang memiliki pengaruh besar secara global adalah *Instagram*. *Platform* ini tidak hanya digunakan sebagai sarana berbagi foto dan video, tetapi juga telah berkembang menjadi media edukasi, pemasaran, serta *personal branding*. *Instagram* mendemokrasikan akses pengetahuan sekaligus menciptakan ekosistem belajar yang interaktif melalui fitur diskusi dua arah seperti kolom komentar dan siaran langsung. Dengan demikian, *Instagram* tidak hanya berfungsi sebagai media sosial hiburan, tetapi juga sebagai perpustakaan digital dinamis yang mendukung pembelajaran mandiri di era modern.

Gambar 1.2 Frekuensi Pengguna *Instagram* Di Dunia



Sumber : (*Global Digital Report*, 2026)

Global Digital Report Tahun 2026 menunjukkan bahwa rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengonsumsi media *online* mencapai lebih dari 6 jam per hari, dengan sekitar 2–3 jam di antaranya digunakan khusus untuk media sosial. Hal ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi salah satu sumber utama informasi dan pembelajaran informal bagi masyarakat *modern*. Intensitas penggunaan yang tinggi ini membuka peluang besar bagi penyebaran nilai-nilai kewirausahaan melalui *platform* digital.

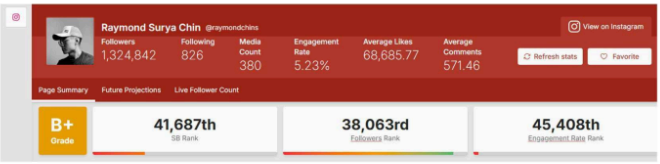
Selain durasi, frekuensi penggunaan media sosial juga tergolong tinggi. Rata- rata pengguna mengakses media sosial antara 3 hingga 5 hari dalam seminggu, dengan kelompok usia muda (16–24 tahun) mencapai sekitar 4,7 hari per minggu untuk perempuan dan 4,49 hari untuk laki-laki. Data ini menunjukkan bahwa

perempuan cenderung memiliki tingkat keterlibatan yang sedikit lebih tinggi dibandingkan laki-laki dalam penggunaan media sosial.

Transformasi digital global yang ditandai dengan tingginya penetrasi internet dan intensitas penggunaan media sosial telah membentuk ekosistem baru dalam perilaku ekonomi masyarakat, termasuk dalam aktivitas *Entrepreneurship*. *Platform* seperti *Instagram* kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media pembelajaran, jejaring, dan eksplorasi peluang bisnis.

Salah satu figur yang aktif membagikan konten edukasi kewirausahaan melalui *Instagram* adalah Raymond Surya Chin. Melalui akun @raymondchins, ia menyajikan berbagai konten terkait *mindset* bisnis, strategi pemasaran, serta pengalaman dalam dunia usaha. Konten semacam ini berpotensi membentuk *Entrepreneurial Mindset* pada para *Followers*-nya.

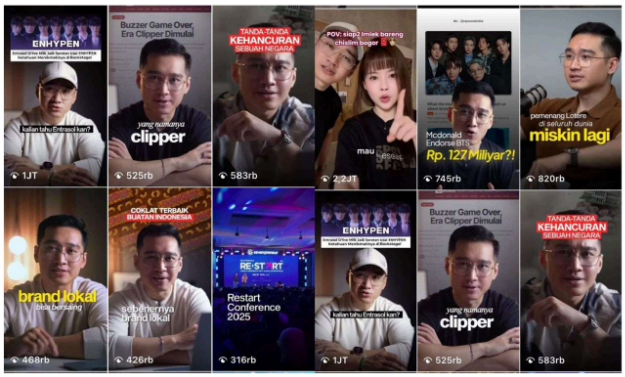
Gamber 1.3 Akun Instagram @raymondchins



Sumber : (Socialblade.com, 2026)

Akun *Instagram* Raymond Surya Chin (@raymondchins) dengan lebih dari 1,3 juta *Followers* dan *engagement rate* 5,23% menunjukkan kapasitasnya sebagai media edukasi dan inspirasi kewirausahaan berbasis digital. Akun ini dapat diposisikan sebagai sumber paparan *Entrepreneurial Education* informal melalui konten bisnis, *self-development*, dan investasi yang berpotensi membentuk *Entrepreneurial Mindset audiens*. Tingginya interaksi mengindikasikan keterlibatan aktif *followers*, sehingga memungkinkan adanya perbedaan respon kognitif dan afektif antara Laki-Laki dan Perempuan dalam menyerap nilai-nilai kewirausahaan, yang pada akhirnya memengaruhi *Entrepreneurial Intention* masing-masing kelompok.

Gambar 1.4 Reels Raymond Chin



Sumber : (Instagram @raymondchins, 2026)

Dari gambar di atas, konten *Instagram* Raymond Surya Chin (@raymondchins) didominasi oleh edukasi bisnis, tren pasar, dan strategi branding, dengan jumlah *views* tinggi (ratusan ribu hingga jutaan) yang menunjukkan konten ini menarik dan mudah diterima audiens. Raymond Chin dikenal sebagai *content creator* yang secara konsisten membagikan konten seputar bisnis, investasi, *mindset* sukses, serta pengembangan diri yang dikemas secara sederhana dan relevan dengan generasi muda.

Melalui konten-konten tersebut, *followers* tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga terpapar pada nilai-nilai seperti keberanian mengambil risiko, pola pikir berkembang, dan motivasi untuk memulai usaha. Selain itu, tingginya interaksi berupa *likes*, komentar, dan share menunjukkan bahwa konten yang disampaikan memiliki daya tarik serta pengaruh yang kuat terhadap *audiens*.

Entrepreneurial Mindset merupakan pola pikir yang mencerminkan kemampuan individu dalam mengenali peluang, berpikir inovatif, serta berani mengambil risiko dalam kondisi ketidakpastian (Nabi et al., 2025). Konten yang disajikan oleh Raymond Chins banyak menekankan pada pentingnya *growth mindset*, keberanian dalam mengambil risiko, kemampuan melihat peluang, serta ketahanan dalam menghadapi kegagalan. Hal ini secara tidak langsung membentuk cara berpikir *followers* dalam memandang dunia usaha, dari yang semula berorientasi.

Followers Raymond Surya Chin secara umum tercermin melalui pola pikir kritis dan realistis dalam menanggapi isu ekonomi makro. Para *Followers* tidak lagi sekadar mencari keuntungan instan, melainkan mulai memahami pentingnya analisis data dan keberlanjutan bisnis di tengah ketidakpastian pasar. Perubahan pola pikir ini menunjukkan adanya *internal locus of control* yang kuat, di mana audiens merasa memiliki kendali penuh atas kesuksesan finansial mereka melalui inovasi dan adaptasi strategi bisnis yang relevan dengan perkembangan zaman pada keamanan menjadi lebih terbuka terhadap tantangan dan inovasi. Dengan demikian, Raymond berperan sebagai stimulus dalam membangun *Entrepreneurial Mindset*, yang kemudian dapat berbeda antara Laki-Laki Dan Perempuan dalam proses penerimaan.

Entrepreneurial Education didefinisikan sebagai proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan melalui pendekatan teoritis maupun praktis (Fayolle & Gailly, 2024). Sebagai *influencer* edukasi bisnis, Raymond Surya Chin menyajikan berbagai materi dalam kontennya yang bertajuk BDSM atau BeDah Bisnis Satu Menit seperti strategi bisnis, pemasaran, investasi, hingga pengelolaan keuangan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.

Instagram milik Raymond Surya Chin berfungsi sebagai platform pendidikan non-formal yang mendemokrasikan akses informasi bisnis bagi para *Followers*-nya. Fenomena ini menciptakan budaya belajar mandiri yang masif, dimana *Followers*-nya mengonsumsi konten edukasi berbasis studi kasus dan literasi digital secara rutin. Proses pembelajaran informal ini secara tidak langsung meningkatkan efikasi diri *Followers*-nya, karena informasi yang kompleks dikemas menjadi pengetahuan praktis yang mudah diimplementasikan dalam ekosistem kewirausahaan.

Gambar 1.5 Kelas Coaching Bisnis Milik Raymond Chins



Sumber : (sevenpreneur.com)

Konten Raymond Surya Chin menjadi bentuk pendidikan non-formal yang dapat diakses oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda. Tidak hanya itu Raymond membuka kelas-kelas *coaching* di komunitas SevenPreneur miliknya, di sana bisa mempelajari dan menjadi bentuk dukungan pendidikan yang diberikan. Melalui proses ini, *followers* memperoleh pengetahuan praktis yang dapat menunjang kesiapan mereka dalam berwirausaha.

Entrepreneurial Intention merupakan keinginan atau niat individu untuk memulai usaha yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, sebagaimana dijelaskan dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2024). Konten yang bersifat inspiratif, berbasis pengalaman nyata, serta memberikan gambaran peluang bisnis mampu memotivasi *Followers* untuk mempertimbangkan kewirausahaan sebagai pilihan karier. Selain itu, adanya interaksi aktif melalui CTA (*call to actions*) untuk berdiskusi turut memperkuat dorongan tersebut. Raymond Surya Chin bukan hanya membagikan konten dari *point of view* dirinya sendiri tentang dunia kewirausahaan namun sering juga berkolaborasi dengan pengusaha ternama untuk membahas tentang kewirausahaan.

Integrasi antara *Entepreneurial Mindset* yang kritis dan *Entrepreneurial Education* yang berkelanjutan pada akhirnya memicu *Entrepreneurial Intention* di kalangan *Followers*-nya. Muncul kesadaran kolektif untuk bertransformasi dari sekadar konsumen menjadi produsen melalui semangat "Revolusi Lokal" yang sering digaungkan oleh Raymond. Niat ini didukung oleh lingkungan digital yang validatif di kolom komentar, sehingga menciptakan dorongan kuat bagi individu untuk memulai usaha sendiri, baik sebagai sumber pendapatan utama maupun sampingan.

Dari pemaparan di atas penulis percaya bahwa *Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurial Education,* dan *Entrepreneurial Intention followers* Raymond Surya Chin tidak selalu terbentuk secara merata, karena dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, termasuk perbedaan gender yang dapat memengaruhi ketiga variabel tersebut. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti dan membandingkan antara Laki-Laki dengan Perempuan *followers* Instagram @raymondchin dengan judul penelitian **"Studi Komparatif *Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurial Education,* Dan *Entrepreneurial Intention* Pada Laki-Laki Dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin.**

1.1.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut :

1. Adakah perbedaan *Entrepreneurial Mindset* Pada Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin?
2. Apakah perbedaan *Entrepreneurial Education* Pada Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin?
3. Adakah perbedaan *Entrepreneurial Intention* Pada Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin?

1.2.Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut di atas, maka tujuan dari penelitian untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Perbedaan *Entrepreneurial Mindset* Pada Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin.
2. Perbedaan *Entrepreneurial Education* Pada Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin.
3. Perbedaan *Entrepreneurial Intention* Pada Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin.

1.3. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Peneliti berharap penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu kewirausahaan dengan memperkaya kajian mengenai hubungan antara *Entrepreneurial Mindset*, *Entrepreneurial Education*, Dan *Entrepreneurial Intention* dalam perspektif gender serta konteks *digital*.

2. Manfaat Praktis

   Peneliti berharap bahwa penelitian ini memberikan manfaat praktis kepada :

   1) Bagi *followers Instagram* Raymond Surya Chin, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana memanfaatkan konten media sosial, khususnya dari akun @raymondchins, sebagai sarana *Entrepreneurial Education* yang efektif dan relevan

BAB IV

PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1. Penyajian Data

4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Pembahasan mengenai dinamika kewirausahaan dalam studi ini diawali dengan membedah gambaran umum obyek penelitian serta karakteristik subyek yang menjadi pusat penelitian. Fokus utama diarahkan pada komunitas *Followers Instagram* Raymond Surya Chin, sebuah ruang digital yang menjadi titik temu bagi individu dengan aspirasi bisnis yang tinggi. Melalui pemetaan karakteristik responden ini, dapat diperoleh gambaran yang lebih jernih mengenai latar belakang Laki-Laki dan Perempuan yang menjadi basis komparasi *Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurial Education,* dan *Entrepreneurial Intention* dalam penelitian ini.

4.1.1.1. Media Sosial Instagram

Instagram merupakan platform jejaring sosial berbagi foto dan video pendek milik Meta Platforms yang pertama kali diluncurkan pada Oktober 2010. Awalnya, aplikasi ini dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dengan nama Burbn, sebuah aplikasi *check-in* lokasi yang kemudian difokuskan kembali menjadi layanan berbagi foto. Nama Instagram sendiri diambil dari perpaduan kata *"instant camera"* dan *"telegram"*. Sejak awal, platform ini dikenal dengan ciri khas format foto persegi (rasio 1:1), meski kemudian aturan tersebut dilonggarkan pada tahun 2015 untuk mendukung resolusi yang lebih tinggi dan aspek rasio yang lebih beragam. Adapun sejarah berdirinya Instagram sebagai berikut :

1. Awal Berdirinya (2010–2011) Instagram bermula dari aplikasi bernama Burbn di San Francisco yang dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Menyadari fiturnya terlalu mirip Foursquare, mereka beralih fokus pada berbagi foto dan mengganti namanya menjadi Instagram (gabungan dari *"instant camera"* dan *"telegram"*). Unggahan pertama dilakukan oleh Mike Krieger pada Juli 2010, dan aplikasi resmi dirilis di iOS pada 6 Oktober 2010. Popularitas yang cepat membawa pendanaan Seri A sebesar $7 juta pada Februari 2011.
2. Akuisisi Facebook dan Ekspansi (2012–2014) Pada April 2012, Instagram merilis versi Android yang langsung diunduh sejuta kali dalam sehari. Tak lama kemudian, Facebook (kini Meta) mengakuisisi Instagram senilai $1 miliar. Pasca akuisisi, Instagram meluncurkan fitur profil web dan beralih menggunakan teknologi *Facebook Places* untuk

penandaan lokasi. Meskipun berada di bawah Facebook, Mark Zuckerberg berkomitmen untuk mengembangkan Instagram secara mandiri.

3. Desain Ulang dan Fitur Baru (2015–2019) Antara tahun 2015 hingga 2017, Instagram merombak total tampilannya menjadi lebih minimalis serta mengganti logo ikonik lama dengan desain modern yang penuh warna. Fitur-fitur besar mulai muncul seperti IGTV, kemampuan menyukai komentar, dan pengenalan aplikasi untuk Windows 10. Pada 2018, para pendiri mengundurkan diri dan digantikan oleh Adam Mosseri. Di masa ini, Instagram juga mulai menguji coba penghapusan jumlah "suka" (*like counter*) untuk mengurangi dampak psikologis negatif pada pengguna.
4. Era Video dan Inovasi Terkini (2020–Sekarang)

   Menghadapi persaingan dengan TikTok, Instagram meluncurkan fitur *Reels* pada 2020 dan memfokuskan diri pada konten video. Inovasi terus berlanjut dengan fitur *Co-Watching*, siaran langsung hingga empat orang, penambahan kata ganti (*pronouns*) di profil, fitur *Notes*, hingga penjualan lencana verifikasi biru (Meta Verified). Meskipun terus tumbuh, platform ini juga menghadapi tantangan besar, termasuk denda terkait privasi data anak di Uni Eropa dan pemadaman layanan global pada tahun 2021

4.1.1.2. Profil Raymon Surya Chin pemilik akun Instagram @raymonchin

Raymond Surya Chin, yang lahir di Yogyakarta pada 7 Desember 1994, merupakan representasi pengusaha milenial yang sukses mengintegrasikan dunia teknologi dan edukasi bisnis di Indonesia. Alumnus Ilmu Komputer dari Universitas Bina Nusantara ini dikenal sebagai sosok di balik PT Pengusaha Muda Indonesia (Sevenpreneur) serta salah satu pendiri *platform* edukasi keuangan ternama, Ternak Uang. Perjalanan kariernya yang konsisten sejak tahun 2015 mencerminkan kegigihan seorang praktisi yang tidak hanya berteori, tetapi juga membangun ekosistem bisnis nyata melalui berbagai lini *startup*. Pengaruhnya di dunia digital semakin solid dengan raihan jutaan *Followers* di berbagai *platform*, yang mempertegas posisinya sebagai salah satu rujukan utama dalam topik kewirausahaan dan pengembangan diri bagi generasi muda.

Gambar 4.1 Raymon Surya Chin



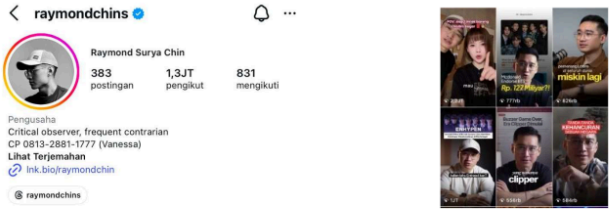
Sumber : pinterest.com, 2026

Ketertarikan audiens terhadap Raymond Chin semakin menguat melalui berbagai inisiatif kontennya yang progresif dan edukatif. Ia dikenal memiliki gaya komunikasi yang lugas dalam membedah fenomena sosial dan ekonomi makro, mulai dari isu literasi keuangan hingga proyeksi ekonomi nasional yang sering kali memicu diskusi publik secara luas. Selain aktif sebagai CEO, keterlibatannya dalam program siniar populer seperti "Escape" bersama figur publik lainnya menunjukkan kemampuannya dalam menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Bagi penelitian ini, profil Raymond Chin bukan sekadar seorang kreator konten, melainkan seorang penggerak opini yang mampu menghimpun individu-individu yang memiliki ambisi tinggi terhadap kemandirian finansial dan kemajuan ekonomi.

Sebagai wadah observasi utama, akun Instagram @raymondchins mencerminkan sebuah ekosistem digital yang sangat dinamis dengan jumlah *Followers* mencapai 1,3 juta hingga awal tahun 2026. Akun yang telah mendapatkan verifikasi resmi (*centang biru*) sejak April 2023 ini berfungsi sebagai ruang diskusi interaktif bagi para *Followers*nya yang secara rutin terpapar oleh stimulasi konten seputar strategi bisnis dan *growth mindset*. Hal ini menciptakan lingkungan yang kaya akan data karena audiens yang terbentuk di dalamnya bukan sekadar pengguna pasif, melainkan komunitas yang memiliki ketertarikan spesifik terhadap dunia kewirausahaan, sehingga sangat relevan untuk dijadikan subyek penelitian.

Secara demografis, *Followers* Raymond Chin didominasi oleh Generasi Z yang sangat aktif secara digital serta memiliki keterbukaan terhadap peluang ekonomi baru. Karakteristik audiens yang heterogen namun memiliki kesamaan minat dalam pengembangan potensi diri ini memberikan basis data yang kuat untuk melakukan analisis perbandingan. Dengan menjadikan *Followers* akun tersebut sebagai sampel, penelitian ini dapat membedah secara objektif bagaimana *Entrepreneurial Mindset*, *Entrepreneurial Education*, dan *Entrepreneurial Intention* Laki-Laki dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin. Berikut profil Instagram Raymond Surya Chin dan beberapa kontennya :

Gambar 4.2 Akun *Instagram* Raymond Surya Chin



Sumber : Instagram.com, 2026

4.1.2. Karakteristik Responden

Pemahaman mengenai karakteristik responden menjadi fondasi utama dalam membedah perbedaan *Entrepreneurial Mindset*, *Entrepreneurial Education*, Dan *Entrepreneurial Intention* antara Laki-Laki Dan Perempuan Followers Instagram Raymon Surya Chin dalam ekosistem digital ini. Untuk mendapatkan hasil studi komparatif yang akurat, bagian ini menguraikan latar belakang responden yang mencakup distribusi gender, usia, tingkat pendidikan, hingga tingkat pendidikan para audiens Raymond Surya Chin sebagai upaya untuk memvalidasi representasi data dari kedua kelompok tersebut. Berikut ini identifikasi responden tersebut :

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kelompok usia, maka dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kategori Usia	Laki-Laki		Perempuan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
< 19 Tahun	5	4%	20	14%
19 - 23 Tahun	65	48%	57	42%
23 - 29 Tahun	59	43%	54	40%
> 29 Tahun	7	5%	5	4%
TOTAL	**136**	**100%**	**136**	**100%**

Sumber : (Diolah oleh penulis, 2026)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, diketahui bahwa sebaran usia responden penelitian ini mencakup rentang usia produktif yang didominasi oleh kelompok 19-23 tahun pada responden Laki-Laki sebesar 48% dan Perempuan sebesar 42%.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan kelompok tingkat pendidikan, maka dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Laki-Laki		Perempuan	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	SMP	-	0%	-	0%
2	SLTA/Sederajat	67	49,%	81	60 %
3	Diploma III	27	20 %	9	6%
4	Sarjana	42	30%	46	33 %
Total		**136**	**100%**	**136**	**100%**

Sumber : Diolah oleh penulis, 2026

Data pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan untuk responden yaitu SLTA/Sederajat dengan sebaran pada Laki-Laki sebanyak 49% yaitu 67 responden dan Perempuan sebanyak 60% yaitu 81 responden.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengikuti Akun Raymon Surya Chin

Pada tabel berikut ini menunjukkan seberapa lama responden terpapar oleh stimulasi konten (intensitas edukasi informal) :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengikuti

No	Lama Menjadi *Followers*	Laki-Laki		Perempuan	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	< 1 Tahun terakhir	3	3%	7	5%
2	1 - 3 Tahun terakhir	54	40%	46	34%
3	3 - 5 Tahun terakhir	75	55%	76	56%
4	> 5 Tahun terakhir	4	3%	7	5%
Total		**136**	**100%**	**136**	**100%**

Sumber : (Diolah oleh penulis, 2026)

Berdasarkan tabel 4.3, sebaran lama mengikuti akun Instagram @raymondchins memberikan gambaran mengenai durasi paparan konten edukasi bisnis terhadap responden. Sebagian besar responden telah mengikuti akun tersebut selama 3-5 tahun terakhir.

4.2. Uji Instrumen

4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Pearson Correlation* menggunakan program SPSS versi 25, yang bertujuan untuk menghitung korelasi antara skor setiap butir pernyataan dengan skor total kuesioner. Merujuk pada pendapat Masrun dalam Sugiyono (2024), sebuah item pernyataan dinyatakan memenuhi syarat minimum validitas jika memiliki nilai koefisien korelasi r minimal sebesar 0,3. Secara teknis melalui SPSS, keputusan kevalidan diambil berdasarkan perbandingan nilai r-hitung dan r-tabel. Jika nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, maka item pernyataan tersebut memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total dan dinyatakan valid. Sebaliknya, jika nilai r-hitung lebih kecil dari r-tabel, maka item tersebut tidak berkorelasi signifikan dan dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

Variabel		r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Entrepreneurial Mindset	X1.1	0,466	0,361	Valid
	X1.2	0,758	0,361	Valid
	X1.3	0.747	0,361	Valid
	X1.4	0,818	0,361	Valid
Entrepreneurial Education	X2.1	0,422	0,361	Valid
	X2.2	0,812	0,361	Valid
	X2.3	0,496	0,361	Valid
	X2.4	0,787	0,361	Valid
	X2.5	0,644	0,361	Valid
Entrepreneurial Intention	X3.1	0,920	0,361	Valid
	X3.2	0,949	0,361	Valid
	X3.3	0,919	0,361	Valid
	X3.4	0,873	0,361	Valid

Sumber (Diolah oleh peneliti, 2026)

Pada tabel 4.3. Hasil Uji Validitas, seluruh item pernyataan untuk ketiga variabel penelitian dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai r-hitung pada setiap indikator yang secara konsisten lebih besar daripada nilai r-tabel sebesar 0,361. Variabel *Entrepreneurial Mindset* memiliki rentang nilai r-hitung antara 0,466 hingga 0,818; variabel *Entrepreneurial Education*

memiliki rentang nilai r-hitung antara 0,422 hingga 0,812; dan variabel *Entrepreneurial Intention* menunjukkan nilai r-hitung tertinggi dengan rentang antara 0,873 hingga 0,949. Karena semua item memenuhi kriteria maka diputuskan bahwa r-hitung > r-tabel, maka seluruh butir pernyataan dalam kuesioner ini terbukti valid dan siap digunakan untuk pengumpulan data penelitian selanjutnya.

4.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2022), uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi dan stabilitas suatu kuesioner dalam mengukur gejala atau variabel penelitian dari waktu ke waktu. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner elektronik yang disebarkan melalui *Google Form*, di mana instrumen tersebut akan dinyatakan reliabel atau konsisten jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,600. Sebaliknya, apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh kurang dari 0,600, maka seluruh item dalam kuesioner dianggap tidak reliabel atau tidak stabil dalam mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini, berikut hasil uji reliabilitas :

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Croncbach's Alpha*	Kriteria	Kesimpulan
Entrepreneurial Mindset	0,656	0,600	Reliabel
Entrepreneurial Education	0,647	0,600	Reliabel
Entrepreneurial Intention	0,933	0,600	Reliabel

Sumber : (Data yang diolah peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.4, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang secara konsisten berada di atas standar kriteria minimal sebesar 0,600. Variabel *Entrepreneurial Mindset* memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,656 dan variabel *Entrepreneurial Education* memperoleh nilai sebesar 0,647, dimana keduanya telah melampaui batas minimum sehingga instrumennya dinilai reliabel. Sementara itu, variabel *Entrepreneurial Intention* menunjukkan tingkat keandalan yang sangat tinggi dan paling kuat di antara lainnya dengan nilai *Cronbach's Alpha* mencapai 0,933. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kuesioner elektronik (*g-form*) yang digunakan sebagai instrumen penelitian ini terbukti reliabel, konsisten, dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini.

4.3. Tabulasi Data

4.3.1. Tabulasi Data Kuisioner Responden Followers Instagram Raymond Chin Laki-Laki

1. *Entrepreneurial Mindset* (X1)

Untuk melihat gambaran nyata dari tanggapan para *Followers* laki-laki di Instagram Raymond Chin terhadap variabel *Entrepreneurial Mindset*, berikut disajikan data hasil tabulasi kuesioner secara terperinci. Skor dari masing-masing butir pernyataan dalam tabel ini merepresentasikan tingkat kecenderungan pola pikir kewirausahaan responden yang menjadi basis data dalam penelitian ini.

Tabel 4.5 Tabulasi Data Variabel *Entrepreneurial Mindset* (X1) Followers Laki-Laki *Instagram* Raymond Surya Chin

No	*Entrepreneurial Mindset* (X1)				Total	Rata Rata
	Pernyataan					
	1	2	3	4		
1	5	5	5	5	20	5,00
2	3	4	3	2	12	3,00
3	4	5	4	5	18	4,50
4	5	5	4	3	17	4,25
5	5	5	5	5	20	5,00
6	5	5	5	5	20	5,00
7	5	5	5	5	20	5,00
8	5	4	4	5	18	4,50
9	5	5	5	4	19	4,75
10	5	4	5	4	18	4,50
11	4	5	5	4	18	4,50
12	5	4	4	5	18	4,50
13	5	4	3	5	17	4,25
14	5	4	3	4	16	4,00
15	3	2	2	2	9	2,25
16	4	4	3	4	15	3,75

17	4	4	3	4	15	3,75
18	4	4	3	4	15	3,75
19	5	3	4	3	15	3,75
20	4	5	5	4	18	4,50
21	5	5	5	4	19	4,75
22	5	3	4	2	14	3,50
23	4	2	4	4	14	3,50
24	5	4	4	4	17	4,25
25	5	4	4	4	17	4,25
26	5	3	4	5	17	4,25
27	4	5	4	4	17	4,25
28	4	5	5	4	18	4,50
29	4	4	5	4	17	4,25
30	3	3	4	2	12	3,00
31	3	2	3	3	11	2,75
32	5	4	3	5	17	4,25
33	4	3	5	4	16	4,00
34	5	5	5	3	18	4,50
35	4	5	5	4	18	4,50
36	5	4	3	4	16	4,00
37	2	2	1	2	7	1,75
38	3	4	4	5	16	4,00
39	5	4	4	3	16	4,00
40	4	4	3	4	15	3,75
41	4	5	4	3	16	4,00
42	2	3	2	1	8	2,00
43	4	3	5	4	16	4,00
44	5	4	4	3	16	4,00
45	4	4	4	4	16	4,00

46	4	4	5	5	18	4,50
47	5	4	4	3	16	4,00
48	4	4	3	2	13	3,25
49	4	5	4	3	16	4,00
50	4	4	5	4	17	4,25
51	5	3	5	4	17	4,25
52	4	4	3	4	15	3,75
53	4	3	4	5	16	4,00
54	4	3	4	5	16	4,00
55	4	4	5	4	17	4,25
56	4	5	5	5	19	4,75
57	4	5	4	3	16	4,00
58	5	2	3	4	14	3,50
59	4	4	5	4	17	4,25
60	4	4	5	3	16	4,00
61	4	5	4	3	16	4,00
62	5	5	4	5	19	4,75
63	4	3	5	4	16	4,00
64	4	5	3	4	16	4,00
65	5	4	4	4	17	4,25
66	5	3	4	5	17	4,25
67	4	5	3	5	17	4,25
68	4	3	5	4	16	4,00
69	5	4	4	2	15	3,75
70	5	4	3	4	16	4,00
71	5	5	3	4	17	4,25
72	5	4	3	4	16	4,00
73	4	5	3	4	16	4,00
74	5	3	4	4	16	4,00

75	5	5	3	4	17	4,25
76	5	4	3	4	16	4,00
77	5	3	5	4	17	4,25
78	5	5	4	3	17	4,25
79	3	4	4	4	15	3,75
80	4	5	4	3	16	4,00
81	4	5	3	4	16	4,00
82	5	4	4	5	18	4,50
83	4	5	4	4	17	4,25
84	4	4	4	5	17	4,25
85	4	5	4	4	17	4,25
86	4	5	5	4	18	4,50
87	4	5	5	4	18	4,50
88	4	5	4	4	17	4,25
89	5	4	5	5	19	4,75
90	4	5	5	4	18	4,50
91	4	5	4	4	17	4,25
92	5	4	5	5	19	4,75
93	5	4	4	5	18	4,50
94	5	4	5	5	19	4,75
95	5	5	4	5	19	4,75
96	4	5	4	4	17	4,25
97	4	5	3	4	16	4,00
98	5	5	4	5	19	4,75
99	4	4	5	5	18	4,50
100	4	5	4	4	17	4,25
101	4	5	4	4	17	4,25
102	5	5	4	5	19	4,75
103	5	5	4	5	19	4,75

104	5	4	5	5	19	4,75
105	5	4	5	5	19	4,75
106	5	3	5	5	18	4,50
107	4	5	5	4	18	4,50
108	4	4	5	4	17	4,25
109	4	5	4	4	17	4,25
110	5	4	5	5	19	4,75
111	5	4	5	4	18	4,50
112	4	5	4	4	17	4,25
113	4	5	4	4	17	4,25
114	4	5	4	4	17	4,25
115	4	5	4	4	17	4,25
116	4	5	4	4	17	4,25
117	4	5	4	4	17	4,25
118	5	5	4	5	19	4,75
119	4	5	4	4	17	4,25
120	4	5	4	4	17	4,25
121	4	5	4	4	17	4,25
122	4	5	4	5	18	4,50
123	4	5	3	4	16	4,00
124	4	5	4	4	17	4,25
125	4	5	4	4	17	4,25
126	4	5	5	4	18	4,50
127	4	5	4	4	17	4,25
128	5	4	5	5	19	4,75
129	4	5	4	4	17	4,25
130	4	5	5	4	18	4,50
131	4	5	4	4	17	4,25
132	5	4	3	4	16	4,00

133	5	5	3	3	16	4,00
134	5	5	3	5	18	4,50
135	5	5	5	5	34	5,00
136	4	5	4	1	14	3,50
Total	591	586	553	547	2291	591
Rata-Rata	4,35	4,31	4,07	4,02	16,85	4,30

Sumber : Diolah penulis, 2026

Berdasarkan hasil tabulasi data yang disajikan pada tabel 4.5, analisis terhadap jawaban dari 136 responden Laki-Laki *followers* Instagram Raymond Chin menunjukkan kategori "sangat setuju" dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 4,30 terhadap pernyataan terkait variabel *Entrepreneurial Mindset*.

2. *Entrepreneurial Education*

Berikut ini disajikan tabel tabulasi data hasil jawaban dari responden Laki-Laki yang merupakan *followers Instagram* Raymond Surya Chin terkait variabel *Entrepreneurial Education* (X2) :

Tabel 4.6 Tabulasi Data Variabel *Entrepreneurial Education* (X2) Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin

No	*Entrepreneurial Education* (X2)					Total	Rata Rata
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5		
1	4	5	4	5	5	23	4,60
2	4	2	2	2	3	13	2,60
3	5	4	5	5	5	24	4,80
4	3	4	3	4	3	17	3,40
5	5	5	5	5	5	25	5,00
6	4	4	4	4	4	20	4,00
7	5	5	4	4	5	23	4,60
8	4	4	5	4	5	22	4,40
9	5	4	4	5	4	22	4,40

10	4	4	5	4	5	22	4,40
11	4	5	4	4	5	22	4,40
12	5	4	4	5	4	22	4,40
13	5	5	4	5	4	23	4,60
14	4	3	5	5	4	21	4,20
15	3	1	1	2	2	9	1,80
16	4	3	5	4	4	20	4,00
17	4	4	5	4	4	21	4,20
18	5	4	4	4	3	20	4,00
19	4	4	4	3	5	20	4,00
20	4	5	4	4	4	21	4,20
21	4	5	4	4	4	21	4,20
22	5	3	5	4	3	20	4,00
23	5	3	5	5	4	22	4,40
24	5	5	4	4	4	22	4,40
25	5	4	3	4	5	21	4,20
26	4	5	4	3	5	21	4,20
27	5	5	4	5	5	24	4,80
28	5	5	4	4	5	23	4,60
29	3	5	3	4	5	20	4,00
30	5	4	5	4	3	21	4,20
31	5	3	5	4	4	21	4,20
32	4	5	4	3	5	21	4,20
33	5	4	3	4	4	20	4,00
34	4	5	4	3	4	20	4,00
35	4	4	2	3	4	17	3,40
36	5	4	3	5	5	22	4,40
37	1	2	2	1	1	7	1,40
38	3	2	4	3	5	17	3,40

39	3	4	4	5	4	20	4,00
40	4	5	3	3	4	19	3,80
41	4	5	5	4	3	21	4,20
42	3	3	4	4	3	17	3,40
43	4	5	5	4	4	22	4,40
44	5	5	5	5	4	24	4,80
45	4	4	4	3	3	18	3,60
46	4	5	4	5	4	22	4,40
47	5	5	4	4	4	22	4,40
48	2	3	4	4	5	18	3,60
49	4	4	5	5	4	22	4,40
50	4	3	5	4	3	19	3,80
51	3	5	4	3	5	20	4,00
52	4	5	4	3	5	21	4,20
53	4	5	4	3	4	20	4,00
54	4	4	3	4	4	19	3,80
55	5	4	4	5	5	23	4,60
56	5	5	5	4	5	24	4,80
57	4	3	5	3	4	19	3,80
58	5	4	5	4	3	21	4,20
59	5	4	3	4	4	20	4,00
60	4	3	4	5	4	20	4,00
61	5	5	3	4	5	22	4,40
62	3	4	4	4	4	19	3,80
63	2	5	5	4	4	20	4,00
64	4	5	4	4	5	22	4,40
65	3	2	5	4	4	18	3,60
66	4	4	4	5	4	21	4,20
67	5	4	3	5	4	21	4,20

68	3	4	5	4	2	18	3,60
69	3	5	4	5	4	21	4,20
70	5	5	4	3	4	21	4,20
71	4	5	3	4	5	21	4,20
72	5	4	3	4	4	20	4,00
73	5	4	4	3	5	21	4,20
74	4	5	5	4	3	21	4,20
75	5	5	4	3	5	22	4,40
76	5	4	3	5	4	21	4,20
77	2	5	3	4	4	18	3,60
78	4	5	5	3	2	19	3,80
79	3	5	4	3	4	19	3,80
80	4	5	5	3	4	21	4,20
81	5	4	5	5	4	23	4,60
82	4	5	4	4	5	22	4,40
83	4	5	4	4	5	22	4,40
84	4	5	3	4	5	21	4,20
85	5	4	5	5	4	23	4,60
86	5	4	4	5	5	23	4,60
87	5	4	5	5	4	23	4,60
88	5	4	4	5	5	23	4,60
89	4	4	5	4	4	21	4,20
90	5	4	4	5	4	22	4,40
91	5	4	5	5	4	23	4,60
92	4	5	4	4	5	22	4,40
93	4	5	5	4	4	22	4,40
94	5	4	5	5	4	23	4,60
95	5	4	4	5	5	23	4,60
96	5	5	4	4	5	23	4,60

97	5	4	4	5	5	23	4,60
98	4	4	5	4	4	21	4,20
99	5	4	5	5	4	23	4,60
100	5	4	5	5	4	23	4,60
101	5	4	4	5	5	23	4,60
102	4	4	5	4	4	21	4,20
103	5	4	5	5	4	23	4,60
104	4	5	4	4	5	22	4,40
105	4	5	4	4	5	22	4,40
106	5	4	5	5	3	22	4,40
107	4	5	4	4	5	22	4,40
108	4	5	4	4	5	22	4,40
109	5	4	4	5	5	23	4,60
110	4	5	5	4	4	22	4,40
111	4	5	3	5	5	22	4,40
112	5	4	4	5	5	23	4,60
113	5	4	4	5	5	23	4,60
114	5	4	5	5	4	23	4,60
115	5	4	4	5	5	23	4,60
116	5	3	5	5	4	22	4,40
117	5	5	4	4	5	23	4,60
118	4	4	4	4	5	21	4,20
119	5	5	4	4	5	23	4,60
120	5	5	4	4	5	23	4,60
121	5	4	5	5	4	23	4,60
122	5	5	4	4	5	23	4,60
123	5	4	5	4	4	22	4,40
124	5	5	4	5	5	24	4,80
125	5	5	4	5	5	24	4,80

126	5	5	4	5	4	23	4,60
127	5	5	4	4	5	23	4,60
128	5	4	5	5	4	23	4,60
129	5	4	5	5	4	23	4,60
130	5	4	5	5	4	23	4,60
131	5	4	5	5	4	23	4,60
132	4	3	4	4	4	19	3,80
133	3	3	4	4	5	19	3,80
134	4	4	3	4	4	19	3,80
135	4	4	3	5	3	19	3,80
136	3	1	5	5	4	18	3,60
Total	587	573	565	571	576	4282	856,4
Rata-rata	4,32	4,21	4,15	4,20	4,24	31,49	4,21

Sumber : (Diolah oleh penulis, 2026)

Berdasarkan tabulasi data pada tabel 4.6, Berdasarkan hasil tabulasi data yang disajikan pada tabel 4.5, analisis terhadap jawaban dari 136 responden Laki-Laki *followers* Instagram Raymond Chin menunjukkan kategori "sangat setuju" dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 4,21 terhadap pernyataan terkait variabel *Entrepreneurial Education*..

3. *Entrepreneurial Intention* (X3)

Berikut ini disajikan tabel tabulasi data hasil jawaban kuesioner dari responden laki-laki yang merupakan *Followers* (*followers*) akun Instagram Raymond Chin terkait variabel *Entrepreneurial Intention* (X3). Pengelompokan skor data secara sistematis ini memuat seluruh indikator pernyataan yang diajukan guna memberikan gambaran terperinci mengenai persepsi responden terhadap *Entrepreneurial Intention* yang mereka terima yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.7 Tabulasi Data Variabel *Entrepreneurial Intention* (X3) *Followers Instagram* Raymond Chin Laki-Laki

No	*Entrepreneurial Intention* (X3)				Total	Rata Rata
	Pernyataan					
	1	2	3	4		

1	5	5	5	5	20	5,00
2	3	4	3	3	13	3,25
3	5	4	5	5	19	4,75
4	4	4	3	4	15	3,75
5	5	5	5	5	20	5,00
6	4	5	5	5	19	4,75
7	5	5	5	5	20	5,00
8	5	4	4	5	18	4,50
9	5	4	5	4	18	4,50
10	4	5	4	4	17	4,25
11	5	5	4	5	19	4,75
12	4	5	4	5	18	4,50
13	5	5	4	5	19	4,75
14	3	4	4	5	16	4,00
15	3	2	1	2	8	2,00
16	5	3	4	4	16	4,00
17	4	4	3	4	15	3,75
18	4	3	4	4	15	3,75
19	3	4	4	3	14	3,50
20	5	5	5	4	19	4,75
21	5	5	5	4	19	4,75
22	5	3	4	3	15	3,75
23	5	4	4	4	17	4,25
24	5	5	3	4	17	4,25
25	5	3	4	4	16	4,00
26	5	3	4	4	16	4,00
27	4	4	5	4	17	4,25
28	4	5	4	4	17	4,25
29	5	3	5	4	17	4,25

30	4	5	5	4	18	4,50
31	4	4	3	4	15	3,75
32	4	3	4	5	16	4,00
33	4	5	5	4	18	4,50
34	4	4	5	5	18	4,50
35	4	5	4	4	17	4,25
36	3	4	2	3	12	3,00
37	2	2	1	3	8	2,00
38	4	4	3	4	15	3,75
39	3	2	2	3	10	2,50
40	3	4	4	3	14	3,50
41	4	4	5	5	18	4,50
42	4	3	5	4	16	4,00
43	4	3	5	5	17	4,25
44	4	4	5	5	18	4,50
45	3	2	3	4	12	3,00
46	3	3	3	4	13	3,25
47	4	3	5	4	16	4,00
48	4	5	5	4	18	4,50
49	3	5	5	4	17	4,25
50	4	5	5	4	18	4,50
51	3	4	5	5	17	4,25
52	4	3	5	4	16	4,00
53	5	4	4	5	18	4,50
54	5	3	4	3	15	3,75
55	3	4	4	5	16	4,00
56	5	5	3	4	17	4,25
57	5	4	4	5	18	4,50
58	4	4	5	5	18	4,50

59	4	4	4	4	16	4,00
60	5	4	3	5	17	4,25
61	3	4	4	5	16	4,00
62	4	5	5	5	19	4,75
63	4	3	5	5	17	4,25
64	3	5	4	4	16	4,00
65	4	5	4	3	16	4,00
66	2	2	5	5	14	3,50
67	3	2	5	4	14	3,50
68	4	3	4	5	16	4,00
69	4	3	5	5	17	4,25
70	4	4	5	4	17	4,25
71	4	5	5	5	19	4,75
72	5	5	4	4	18	4,50
73	4	5	5	4	18	4,50
74	5	4	3	5	17	4,25
75	5	5	4	4	18	4,50
76	5	4	4	5	18	4,50
77	5	5	5	3	18	4,50
78	4	4	3	5	16	4,00
79	4	5	5	3	17	4,25
80	4	5	5	4	18	4,50
81	5	4	4	5	18	4,50
82	5	4	4	5	18	4,50
83	5	5	4	4	18	4,50
84	5	4	4	5	18	4,50
85	4	5	4	4	17	4,25
86	4	5	4	4	17	4,25
87	4	5	4	4	17	4,25

88	4	5	4	4	17	4,25
89	5	4	4	5	18	4,50
90	4	5	4	4	17	4,25
91	4	5	4	4	17	4,25
92	4	4	5	5	18	4,50
93	5	4	5	5	19	4,75
94	4	4	5	5	18	4,50
95	4	5	4	4	17	4,25
96	4	5	4	4	17	4,25
97	4	5	4	4	17	4,25
98	5	4	4	5	18	4,50
99	4	4	5	4	17	4,25
100	4	5	5	4	18	4,50
101	4	5	4	4	17	4,25
102	5	4	5	5	19	4,75
103	3	5	4	4	16	4,00
104	5	5	4	4	18	4,50
105	5	5	4	5	19	4,75
106	4	4	5	5	18	4,50
107	4	4	5	4	17	4,25
108	5	5	4	4	18	4,50
109	4	5	4	4	17	4,25
110	5	4	5	3	17	4,25
111	5	4	4	5	18	4,50
112	4	5	4	4	17	4,25
113	5	4	5	5	19	4,75
114	4	4	5	4	17	4,25
115	4	5	4	4	17	4,25
116	4	5	4	3	16	4,00

117	4	4	5	5	18	4,50
118	5	3	5	5	18	4,50
119	4	5	4	4	17	4,25
120	4	4	5	4	17	4,25
121	5	4	4	5	18	4,50
122	3	4	4	5	16	4,00
123	4	5	4	4	17	4,25
124	3	4	4	1	12	3,00
125	5	5	4	4	18	4,50
126	4	4	5	5	18	4,50
127	5	4	4	5	18	4,50
128	4	5	4	4	17	4,25
129	4	5	4	4	17	4,25
130	5	5	4	4	18	4,50
131	5	4	5	5	19	4,75
132	4	4	4	4	16	4,00
133	5	4	4	4	17	4,25
134	5	5	5	5	20	5,00
135	5	5	5	5	20	5,00
136	5	5	4	5	19	4,75
Total	573	573	575	580	2301	575,25
Rat-rata	4,21	4,21	4,23	4,26	16,92	4,23

Sumber : (Diolah oleh penulis, 2026)

Berdasarkan hasil tabulasi data pada tabel 4.7, terhadap jawaban 136 responden laki-laki *Followers Instagram* Raymond Chin, tingkat *Entrepreneurial Intention* responden secara umum berada pada kategori yang "sangat setuju" dengan rata rata nilai sebesar 4,23 terhadap pernyaatan terkait *Entrepreneurial Intention.*

4.3.2. Tabulasi Data Kuisioner Responden *Followers Instagram* Raymond Chin Perempuan

1. *Entrepreneurial Mindset* (X1)

Pengukuran terhadap variabel *Entrepreneurial Mindset* (X1) dilakukan untuk mengetahui persepsi dan sejauh mana *Entrepreneurial Mindset* di kalangan responden perempuan yang menjadi *Followers* (*followers*) akun Instagram Raymond Chin. Instrumen kuesioner pada variabel ini terdiri dari 4 butir indikator pernyataan yang dinilai langsung oleh responden. Seluruh hasil tabulasi data jawaban dari 136 responden perempuan disajikan secara terperinci pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.8 Tabulasi Data Variabel *Entrepreneurial Mindset* (X1) Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin

No	*Entrepreneurial Mindset* (X1)				Total	Rata Rata
	Pernyataan					
	1	2	3	4		
1	5	5	4	4	18	4,50
2	4	4	4	5	17	4,25
3	4	4	5	4	17	4,25
4	4	5	5	5	19	4,75
5	4	5	5	5	19	4,75
6	1	1	3	3	8	2,00
7	5	5	5	5	20	5,00
8	5	5	5	5	20	5,00
9	5	5	5	5	20	5,00
10	4	4	4	5	17	4,25
11	4	4	5	4	17	4,25
12	4	5	4	4	17	4,25
13	5	5	4	5	19	4,75
14	4	5	4	4	17	4,25
15	5	5	5	4	19	4,75
16	5	4	5	4	18	4,50
17	5	4	4	4	17	4,25
18	4	3	3	2	12	3,00
19	5	4	5	4	18	4,50

20	5	4	5	5	19	4,75
21	3	1	2	2	8	2,00
22	5	4	3	4	16	4,00
23	3	4	5	4	16	4,00
24	4	5	4	4	17	4,25
25	5	5	5	4	19	4,75
26	4	5	5	5	19	4,75
27	4	5	4	5	18	4,50
28	5	5	4	5	19	4,75
29	5	4	5	4	18	4,50
30	5	4	4	5	18	4,50
31	4	4	5	5	18	4,50
32	5	4	4	4	17	4,25
33	4	3	4	4	15	3,75
34	4	4	5	4	17	4,25
35	5	3	4	4	16	4,00
36	5	5	3	4	17	4,25
37	4	5	5	4	18	4,50
38	5	5	4	4	18	4,50
39	5	5	4	4	18	4,50
40	5	4	5	4	18	4,50
41	4	5	4	4	17	4,25
42	5	4	5	5	19	4,75
43	4	5	4	4	17	4,25
44	5	5	4	4	18	4,50
45	5	4	4	5	18	4,50
46	5	5	4	5	19	4,75
47	5	5	5	4	19	4,75
48	5	4	3	5	17	4,25

49	5	5	4	5	19	4,75
50	5	4	4	5	18	4,50
51	4	4	4	5	17	4,25
52	5	5	5	4	19	4,75
53	5	5	4	4	18	4,50
54	5	4	3	3	15	3,75
55	5	5	4	4	18	4,50
56	5	5	5	4	19	4,75
57	5	4	4	5	18	4,50
58	5	5	4	5	19	4,75
59	5	4	4	5	18	4,50
60	5	5	4	5	19	4,75
61	5	4	4	5	18	4,50
62	5	4	5	5	19	4,75
63	5	5	4	5	19	4,75
64	5	3	5	5	18	4,50
65	5	4	5	5	19	4,75
66	5	4	4	4	17	4,25
67	5	3	4	4	16	4,00
68	3	5	5	5	18	4,50
69	3	5	5	4	17	4,25
70	4	5	4	4	17	4,25
71	5	3	4	4	16	4,00
72	4	5	4	4	17	4,25
73	5	4	3	5	17	4,25
74	5	3	4	3	15	3,75
75	5	4	5	5	19	4,75
76	4	5	3	5	17	4,25
77	3	5	5	4	17	4,25

78	5	5	5	5	20	5,00
79	5	5	5	5	20	5,00
80	4	5	5	5	19	4,75
81	5	4	5	4	18	4,50
82	5	5	4	3	17	4,25
83	3	4	4	4	15	3,75
84	5	4	4	4	17	4,25
85	5	4	5	5	19	4,75
86	5	4	4	4	17	4,25
87	5	5	4	4	18	4,50
88	5	5	5	4	19	4,75
89	5	5	5	4	19	4,75
90	5	5	5	4	19	4,75
91	5	4	4	4	17	4,25
92	5	4	4	5	18	4,50
93	4	5	5	5	19	4,75
94	4	5	4	5	18	4,50
95	5	5	5	5	20	5,00
96	4	4	5	3	16	4,00
97	4	5	5	3	17	4,25
98	5	5	5	5	20	5,00
99	5	4	5	5	19	4,75
100	4	4	4	5	17	4,25
101	4	4	5	5	18	4,50
102	4	5	5	4	18	4,50
103	5	4	5	5	19	4,75
104	4	5	5	5	19	4,75
105	5	5	4	5	19	4,75
106	4	4	4	5	17	4,25

107	5	4	4	5	18	4,50
108	4	5	5	4	18	4,50
109	4	4	4	5	17	4,25
110	4	4	4	5	17	4,25
111	5	5	5	3	18	4,50
112	4	5	4	5	18	4,50
113	5	5	5	3	18	4,50
114	4	4	4	5	17	4,25
115	4	5	4	5	18	4,50
116	5	5	4	5	19	4,75
117	4	4	4	4	16	4,00
118	5	5	4	4	18	4,50
119	4	4	4	4	16	4,00
120	5	5	4	5	19	4,75
121	4	4	4	4	16	4,00
122	4	5	5	4	18	4,50
123	5	4	5	4	18	4,50
124	4	4	5	5	18	4,50
125	4	4	4	5	17	4,25
126	4	5	5	4	18	4,50
127	4	5	5	4	18	4,50
128	5	4	5	4	18	4,50
129	4	5	5	4	18	4,50
130	5	5	5	5	20	5,00
131	5	5	5	4	19	4,75
132	5	5	4	5	19	4,75
133	5	5	4	4	18	4,50
134	5	5	5	5	20	5,00
135	4	4	4	4	16	4,00

136	5	5	4	4	18	4,50
Total	616	603	595	595	2409	602,25
Rata-rata	4,53	4,43	4,38	4,38	17,71	4,43

Sumber : Diolah oleh penulis, 2026

Berdasarkan tabel 4.8, terhadap jawaban dari 136 responden Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin, dengan tingkat *Entrepreneurial Mindset* responden secara umum berada pada kategori yang "sangat setuju" dengan rata rata nilai sebesar 4,43 terhadap pernyaatan terkait *Entrepreneurial Intention*..

2. *Entrepreneurial Education* (X2)

Pengukuran terhadap variabel *Entrepreneurial Education* (X2) dilakukan untuk mengetahui persepsi dan sejauh mana tingkat pemahaman serta penerimaan *Entrepreneurial Education* di kalangan responden perempuan yang menjadi *Followers* (*followers*) akun Instagram Raymond Chin. Instrumen kuesioner pada variabel ini terdiri dari 5 butir indikator pernyataan yang dinilai langsung oleh responden. Seluruh hasil tabulasi data jawaban dari 136 responden perempuan disajikan secara terperinci pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel *Entrepreneurial Education* (X2) *Followers Instagram* Raymond Chin Perempuan

No	*Entrepreneurial Education* (X2)					Total	Rata Rata
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5		
1	4	4	4	4	4	20	4,00
2	3	4	5	5	4	21	4,20
3	4	5	5	4	5	23	4,60
4	5	5	5	4	4	23	4,60
5	4	4	4	4	3	19	3,80
6	1	2	1	3	3	10	2,00
7	5	5	5	5	5	25	5,00
8	5	5	5	5	5	25	5,00
9	3	4	4	5	4	20	4,00
10	5	4	5	5	4	23	4,60

11	4	5	4	4	4	21	4,20
12	5	4	5	5	4	23	4,60
13	4	5	4	5	5	23	4,60
14	4	5	5	4	5	23	4,60
15	5	4	5	5	4	23	4,60
16	5	5	4	4	5	23	4,60
17	5	5	5	4	5	24	4,80
18	2	3	4	5	4	18	3,60
19	5	5	4	4	5	23	4,60
20	5	4	5	4	4	22	4,40
21	2	1	2	1	3	9	1,80
22	4	3	4	5	3	19	3,80
23	4	3	4	5	4	20	4,00
24	4	4	5	5	4	22	4,40
25	4	4	5	4	4	21	4,20
26	5	4	4	4	5	22	4,40
27	4	5	4	5	5	23	4,60
28	5	4	5	5	4	23	4,60
29	5	4	5	4	4	22	4,40
30	5	4	4	5	4	22	4,40
31	5	4	5	5	4	23	4,60
32	3	3	4	5	4	19	3,80
33	4	4	5	5	5	23	4,60
34	4	3	4	4	5	20	4,00
35	4	5	4	3	4	20	4,00
36	5	3	5	3	4	20	4,00
37	4	5	5	5	4	23	4,60
38	4	5	5	4	4	22	4,40
39	4	5	4	4	4	21	4,20

40	5	4	4	4	4	21	4,20
41	5	5	4	4	5	23	4,60
42	4	5	4	5	5	23	4,60
43	5	4	4	4	4	21	4,20
44	4	4	5	4	5	22	4,40
45	4	4	5	4	4	21	4,20
46	4	4	3	5	5	21	4,20
47	4	4	4	5	5	22	4,40
48	4	4	5	5	4	22	4,40
49	4	5	4	4	4	21	4,20
50	4	4	4	5	5	22	4,40
51	4	3	5	5	4	21	4,20
52	4	4	4	5	5	22	4,40
53	5	4	4	4	5	22	4,40
54	5	4	4	5	4	22	4,40
55	5	5	4	5	5	24	4,80
56	5	5	5	5	5	25	5,00
57	5	5	5	5	4	24	4,80
58	4	4	4	5	4	21	4,20
59	5	4	5	4	5	23	4,60
60	4	4	4	5	5	22	4,40
61	5	4	5	5	5	24	4,80
62	4	5	5	5	5	24	4,80
63	4	5	5	5	5	24	4,80
64	5	5	4	4	4	22	4,40
65	5	5	4	4	5	23	4,60
66	4	5	5	5	5	24	4,80
67	4	5	4	3	4	20	4,00
68	5	4	5	4	5	23	4,60

69	5	5	5	5	5	25	5,00
70	4	5	5	5	4	23	4,60
71	4	4	5	5	4	22	4,40
72	3	4	3	4	5	19	3,80
73	4	4	5	5	5	23	4,60
74	4	4	5	5	5	23	4,60
75	4	5	3	4	4	20	4,00
76	4	4	4	4	3	19	3,80
77	4	3	4	5	5	21	4,20
78	5	5	4	4	5	23	4,60
79	4	4	5	4	4	21	4,20
80	3	4	4	5	5	21	4,20
81	4	5	4	4	5	22	4,40
82	5	5	5	4	5	24	4,80
83	4	5	5	5	5	24	4,80
84	5	5	5	4	4	23	4,60
85	5	4	5	4	4	22	4,40
86	4	5	5	5	4	23	4,60
87	4	5	5	5	4	23	4,60
88	5	4	5	4	5	23	4,60
89	4	4	5	4	5	22	4,40
90	5	5	5	4	4	23	4,60
91	5	5	5	5	4	24	4,80
92	5	4	4	5	4	22	4,40
93	5	4	4	4	5	22	4,40
94	5	4	5	4	4	22	4,40
95	4	4	5	4	4	21	4,20
96	5	4	4	5	5	23	4,60
97	4	4	4	5	4	21	4,20

98	4	4	5	5	4	22	4,40
99	5	4	4	5	5	23	4,60
100	4	3	5	4	4	20	4,00
101	3	4	4	4	5	20	4,00
102	4	4	4	5	4	21	4,20
103	4	4	5	5	5	23	4,60
104	5	5	5	4	4	23	4,60
105	4	4	4	5	5	22	4,40
106	5	4	5	5	5	24	4,80
107	5	4	5	5	5	24	4,80
108	5	5	5	5	5	25	5,00
109	4	4	4	5	5	22	4,40
110	5	5	4	4	4	22	4,40
111	5	4	5	5	4	23	4,60
112	5	4	5	5	5	24	4,80
113	5	5	5	5	4	24	4,80
114	4	5	4	5	4	22	4,40
115	5	4	5	4	4	22	4,40
116	5	5	4	4	4	22	4,40
117	5	5	4	5	4	23	4,60
118	5	5	5	4	5	24	4,80
119	4	5	4	5	4	22	4,40
120	5	4	5	4	4	22	4,40
121	5	4	5	4	4	22	4,40
122	5	4	5	5	4	23	4,60
123	5	4	4	4	5	22	4,40
124	5	5	4	4	4	22	4,40
125	4	4	4	4	5	21	4,20
126	4	5	5	5	5	24	4,80

127	4	4	4	3	4	19	3,80
128	4	4	5	5	4	22	4,40
129	4	4	4	4	5	21	4,20
130	4	5	5	4	5	23	4,60
131	5	5	5	4	4	23	4,60
132	5	5	5	4	4	23	4,60
133	5	4	5	4	5	23	4,60
134	4	3	5	5	4	21	4,20
135	4	4	5	5	4	22	4,40
136	5	5	5	4	4	23	4,60
TOTAL	594	583	610	606	599	2992	598,4
Rata-rata	4,37	4,29	4,49	4,46	4,40	22,00	4,40

Sumber : Diolah oleh penulis, 2026

Berdasarkan tabel 4.9 kelompok responden Perempuan, diperoleh nilai rata-rata akumulatif mencapai 4,40. Tingginya nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa mayoritas Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin "sangat setuju" terhadap pernyataan terkait Entrepreneurial Education.

3. *Entrepreneurial Intention* (X3)

Pengukuran terhadap variabel *Entrepreneurial Intention* (X3) ditujukan untuk melihat tingkat niat, komitmen, dan dorongan internal dalam diri responden Perempuan *Followers* (*followers*) Instagram Raymond Chin untuk merintis atau berwirausaha. Melalui 4 butir indikator pernyataan dalam kuesioner dan dihimpun dari 136 responden, serta disajikan secara lengkap pada tabel berikut :

Tabel 4.10 Tabulasi Data Variabel *Entrepreneurial Intention* (X3) Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin

No	*Entrepreneurial Intention* (X3)				Total	Rata Rata
	Pernyataan					
	1	2	3	4		
1	4	3	3	4	14	3,50
2	4	3	4	4	15	3,75

3	5	5	5	4	19	4,75
4	5	5	4	5	19	4,75
5	5	5	4	5	19	4,75
6	1	3	3	1	8	2,00
7	5	5	5	5	20	5,00
8	5	5	5	5	20	5,00
9	5	5	5	5	20	5,00
10	4	4	3	5	16	4,00
11	5	4	5	4	18	4,50
12	4	5	4	5	18	4,50
13	5	4	4	5	18	4,50
14	5	4	3	4	16	4,00
15	5	4	5	5	19	4,75
16	5	4	5	5	19	4,75
17	5	4	5	4	18	4,50
18	4	3	3	5	15	3,75
19	5	4	5	4	18	4,50
20	5	4	5	5	19	4,75
21	2	3	3	2	10	2,50
22	4	3	4	4	15	3,75
23	4	3	4	3	14	3,50
24	4	4	5	4	17	4,25
25	5	4	5	5	19	4,75
26	4	5	5	4	18	4,50
27	4	4	5	4	17	4,25
28	4	4	5	4	17	4,25
29	5	5	4	5	19	4,75
30	5	4	4	5	18	4,50
31	4	5	4	4	17	4,25

32	5	4	5	3	17	4,25
33	5	5	4	5	19	4,75
34	5	4	4	5	18	4,50
35	5	4	3	4	16	4,00
36	5	5	3	4	17	4,25
37	4	5	5	4	18	4,50
38	4	4	5	5	18	4,50
39	5	5	4	5	19	4,75
40	5	4	4	5	18	4,50
41	4	4	5	5	18	4,50
42	4	5	5	5	19	4,75
43	5	4	4	5	18	4,50
44	4	5	4	4	17	4,25
45	4	5	5	4	18	4,50
46	5	4	3	5	17	4,25
47	5	5	4	5	19	4,75
48	4	5	4	4	17	4,25
49	5	5	4	5	19	4,75
50	5	4	4	4	17	4,25
51	5	4	4	4	17	4,25
52	5	4	4	5	18	4,50
53	5	5	5	4	19	4,75
54	5	5	4	5	19	4,75
55	4	5	5	4	18	4,50
56	4	5	5	5	19	4,75
57	4	4	5	4	17	4,25
58	5	5	5	4	19	4,75
59	5	5	4	4	18	4,50
60	5	4	4	5	18	4,50

61	5	4	4	5	18	4,50
62	5	5	5	5	20	5,00
63	5	5	4	5	19	4,75
64	4	5	5	5	19	4,75
65	5	5	4	5	19	4,75
66	5	5	4	5	19	4,75
67	4	5	5	5	19	4,75
68	5	4	5	5	19	4,75
69	5	5	5	5	20	5,00
70	5	5	5	5	20	5,00
71	4	5	4	4	17	4,25
72	5	4	5	4	18	4,50
73	4	5	4	5	18	4,50
74	5	5	5	5	20	5,00
75	5	5	5	4	19	4,75
76	5	5	5	5	20	5,00
77	5	5	4	4	18	4,50
78	3	5	5	4	17	4,25
79	4	5	5	5	19	4,75
80	5	5	4	5	19	4,75
81	5	5	5	5	20	5,00
82	4	5	5	4	18	4,50
83	5	5	5	5	20	5,00
84	5	4	5	4	18	4,50
85	5	4	4	4	17	4,25
86	4	4	3	5	16	4,00
87	5	4	5	4	18	4,50
88	4	4	5	4	17	4,25
89	5	4	5	4	18	4,50

90	5	4	5	4	18	4,50
91	4	5	5	4	18	4,50
92	5	4	3	4	16	4,00
93	5	4	4	5	18	4,50
94	4	5	5	4	18	4,50
95	5	4	4	5	18	4,50
96	5	5	4	5	19	4,75
97	5	5	4	4	18	4,50
98	5	5	5	4	19	4,75
99	5	4	4	5	18	4,50
100	3	4	4	5	16	4,00
101	5	5	5	4	19	4,75
102	5	5	5	5	20	5,00
103	4	5	3	5	17	4,25
104	4	5	4	5	18	4,50
105	5	5	4	5	19	4,75
106	4	4	4	5	17	4,25
107	5	3	4	5	17	4,25
108	5	3	4	5	17	4,25
109	4	4	4	5	17	4,25
110	5	5	5	5	20	5,00
111	5	4	5	4	18	4,50
112	5	5	4	5	19	4,75
113	4	5	5	5	19	4,75
114	4	3	4	5	16	4,00
115	4	5	4	4	17	4,25
116	5	4	5	5	19	4,75
117	4	4	4	5	17	4,25
118	4	4	4	4	16	4,00

119	5	5	5	3	18	4,50
120	4	4	4	4	16	4,00
121	4	4	4	4	16	4,00
122	4	4	5	4	17	4,25
123	5	4	4	4	17	4,25
124	4	4	4	4	16	4,00
125	4	4	4	4	16	4,00
126	5	4	5	5	19	4,75
127	5	4	4	5	18	4,50
128	4	4	4	4	16	4,00
129	4	4	4	4	16	4,00
130	5	5	5	4	19	4,75
131	5	4	4	4	17	4,25
132	5	5	4	4	18	4,50
133	3	5	5	5	18	4,50
134	5	4	5	5	19	4,75
135	5	5	5	4	19	4,75
136	5	5	5	5	20	5,00
Total	619	600	595	608	2422	605,5
Rata-rata	4,55	4,41	4,38	4,47	17,81	4,45

Sumber : (Diolah oleh penulis, 2026)

Berdasarkan tabel 4.10, maka variabel *Entrepreneurial Intention* (X3) untuk kelompok responden Perempuan dengan rata-rata keseluruhan mencapai 4,45 dengan hasil "sangat setuju" pada pernyataan terkait *Entrepreneurial Intention*.

4.3.3. Analisa Uji Butir Skala Pengukuran

Uji butir skala pengukuran dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel *Entrepreneurial Mindset* (X1) pada kelompok Laki-Laki *Followers* Raymond Surya Chin bersifat valid dan reliabel. Berikut Uji Butir pada Followers Instagram Raymon Surya Chin Laki-Laki :

Tabel 4.11 Uji Butir Variabel Entrepreneurial Mindset (X1) pada Laki-Laki *Followers* Instagram Raymon Surya Chin

Pernyataan	Entrepreneurial Mindset					∑	N	Mean	Ket.
	Laki-Laki								
	5	4	3	2	1				
Saya ingin membuat tempat kerja sendiri.	57	71	6	2	0	136	591	4,35	Sangat Setuju
Saya memiliki cita-cita menjadi pengusaha.	68	47	16	5	0	136	586	4,31	Sangat Setuju
Saya dapat mencari peluang bisnis	43	63	27	2	1	136	553	4,07	Setuju
Saya dapat mengidentifikasi peluang bisnis berdasarkan kebutuhan konsumen di pasar	38	74	15	7	2	136	547	4,02	Setuju

Sumber : Diolah oleh penulis, 2026

Dari tabel 4.11 disimpulkan bahwa Laki-Laki Followers Instagram Raymon Surya Chin rata rata “sangat setuju “ pada pernyataan “Saya ingin membuat tempat kerja sendiri” dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,35. Sementara itu, pada pernyataan “Saya dapat mengidentifikasi peluang bisnis berdasarkan kebutuhan konsumen di pasar” dengan nilai rata-ratanya terendah yaitu 4,02 masuk dalam kategori "Setuju".

Tabel 4.12 Uji Butir Variabel Entrepreneurial Education (X2) pada Followers Instagram Raymon Surya Chin Laki-Laki

Pernyataan	Entrepreneurial Education	∑	N	Mean	Ket.

	Laki-Laki								
	5	4	3	2	1				
Saya memahami konsep bisnis	66	52	14	3	1	136	587	4,32	Sangat Setuju
Saya dapat mengidentifikasi peluang.	56	61	13	4	2	136	573	4,21	Sangat Setuju
Saya memiliki pengalaman praktik kewirausahaan (simulasi/proyek)	48	66	18	3	1	136	565	4,15	Setuju
Saya memiliki kepercayaan diri dalam berwirausaha	52	63	18	2	1	136	571	4,20	Setuju
Saya menerima materi relevan dengan dunia usaha.	54	65	13	3	1	136	576	4,23	Sangat Setuju

Sumber : Diolah oleh penulis, 2026

Tabel 4.12 disimpulkan bahwa Laki-Laki Followers Instagram Raymon Surya Chin rata rata “sangat setuju “ pada pernyataan “Saya memahami konsep bisnis” dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,32 yang menandakan bahwa Laki-Laki *Followers Instagram* Raymon Surya Chin sudah memahami konsep bisnis. Sementara itu, jawaban Laki-Laki *Followers Instagram* Raymon Surya Chin pada pernyataan “Saya memiliki pengalaman praktik kewirausahaan (simulasi/proyek)” dengan nilai rata-ratanya terendah yaitu 4,15 masuk dalam kategori "Setuju".

Tabel 4.13 Uji Butir Variabel *Entrepreneurial Intention* (X3) pada Laki-Laki *Followers Instagram* Raymon Surya Chin

Pernyataan	Entrepreneurial Intention	∑	N	Mean	Ket.
	Laki-Laki				

	5	4	3	2	1				
Saya memiliki ketertarikan menjadi wirausaha	51	65	18	2	0	136	573	4,21	Sangat Setuju
Saya memiliki keseriusan dalam memulai usaha	58	55	17	6	0	136	573	4,21	Sangat Setuju
Saya memiliki perencanaan kegiatan usaha	53	67	12	2	2	136	575	4,23	Sangat Setuju
Saya berniat mencari peluang bisnis yang akan dijalankan	54	67	13	1	1	136	580	4,26	Sangat Setuju

Sumber : (Diolah oleh penulis, 2026)

Dari tabel 4.13 disimpulkan bahwa Laki-Laki Followers Instagram Raymon Surya Chin rata memiliki niat mencari peluang bisnis lewat yang tertuang pada pernyataan "Saya berniat mencari peluang bisnis yang akan dijalankan" dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,26. Sementara itu, jawaban Laki-Laki *Followers Instagram* Raymon Surya Chin pada pernyataan "Saya memiliki ketertarikan menjadi wirausaha" dan pernyataan "Saya memiliki keseriusan dalam memulai usaha" dengan nilai rata-ratanya terendah yaitu 4,21 masuk dalam kategori "Sangat Setuju".

Tabel 4.14 Uji Butir Variabel *Entrepreneurial Mindset* (X1) pada Perempuan *Followers Instagram* Raymon Surya Chin

Pernyataan	Entrepreneurial Mindset					∑	N	Mean	Ket.
	Perempuan								
	5	4	3	2	1				
Saya ingin membuat tempat kerja	81	48	6	0	1	136	616	4,53	Sangat Setuju

sendiri.									
Saya memiliki cita-cita menjadi pengusaha.	72	55	7	0	2	136	603	4,43	Sangat Setuju
Saya dapat mencari peluang bisnis	61	66	8	1	0	136	595	4,38	Sangat Setuju
Saya dapat mengidentifikasi peluang bisnis berdasarkan kebutuhan konsumen di pasar	63	63	8	2	0	136	595	4,38	Sangat Setuju

Sumber : Diolah oleh penulis, 2026

Pada tabel 4.14 disimpulkan bahwa Perempuan Followers Instagram Raymon Surya Chin rata memiliki niat mencari peluang bisnis lewat yang tertuang pada pernyataan "Saya berniat mencari peluang bisnis yang akan dijalankan" dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,26. Sementara itu, jawaban Perempuan *Followers Instagram* Raymon Surya Chin pada pernyataan "Saya memiliki ketertarikan menjadi wirausaha" dan pernyataan "Saya memiliki keseriusan dalam memulai usaha" dengan nilai rata-ratanya terendah yaitu 4,21 masuk dalam kategori "Sangat Setuju"

Tabel 4.15 Uji Butir Variabel *Entrepreneurial Education* (X2) pada Perempuan *Followers Instagram* Raymon Surya Chin

Pernyataan	Entrepreneurial Education					∑	N	Mean	Ket.
	Perempuan								
	5	4	3	2	1				
Saya memahami konsep bisnis	63	64	6	2	1	136	594	4,37	Sangat Setuju
Saya dapat mengidentifikasi peluang.	54	70	10	1	1	136	583	4,29	Sangat Setuju

Saya memiliki pengalaman praktik kewirausahaan (simulasi/proyek)	74	57	3	1	1	136	610	4,49	Sangat Setuju
Saya memiliki kepercayaan diri dalam berwirausaha	70	60	5	0	1	136	606	4,46	Sangat Setuju
Saya menerima materi relevan dengan dunia usaha.	60	71	5	0	0	136	599	4,40	Sangat Setuju

Sumber : Diolah oleh penulis, 2026

Dari tabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa Perempuan Followers Instagram Raymon Surya Chin rata memiliki pengalaman praktik kewirausahaan yang tertuang pada pernyataan "Saya memiliki pengalaman praktik kewirausahaan (simulasi/proyek)" dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,49. Sementara itu, Perempuan *Followers Instagram* Raymon Surya Chin pada pernyataan "Saya dapat mengidentifikasi peluang." dengan nilai rata-ratanya terendah yaitu 4,29 masuk dalam kategori "Sangat Setuju".

Tabel 4.16 Uji Butir Variabel *Entrepreneurial Intention* (X3) pada Perempuan *Followers Instagram* Raymon Surya Chin

Pernyataan	*Entrepreneurial Intention*					∑	N	Mean	Ket.
	Perempuan								
	5	4	3	2	1				
Saya memiliki ketertarikan menjadi wirausaha	83	48	3	1	1	136	619	4,55	Sangat Setuju
Saya	66	60	10	0	0	136	594	4,37	Sangat

memiliki keseriusan dalam memulai usaha									Setuju
Saya memiliki perencanaan kegiatan usaha	63	61	12	0	0	136	595	4,38	Sangat Setuju
Saya berniat mencari peluang bisnis yang akan dijalankan	72	59	3	1	1	136	608	4,47	Sangat Setuju

Sumber : Diolah penulis, 2026

Berdasarkan tabel 4.16 dapat disimpulkan bahwa Perempuan *Followers Instagram* Raymon Surya Chin rata memiliki ketertarikan menjadi wirausaha yang tertuang pada pernyataan "Saya memiliki ketertarikan menjadi wirausaha" dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,55. Sementara itu, responden Perempuan *Followers Instagram* Raymon Surya Chin yang tertuang dalam pernyataan "Saya memiliki keseriusan dalam memulai usaha" dengan nilai rata-ratanya terendah yaitu 4,37 masuk dalam kategori "Sangat Setuju".

4.3.4. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Nilai Rata-Rata Per-indikator

Untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kecenderungan jawaban responden dari kedua kelompok gender, penulis melakukan rekapitulasi terhadap nilai rata-rata pada setiap indikator yang mewakili variabel penelitian.

Proses ini bertujuan untuk memetakan dan membandingkan secara langsung bagaimana persepsi *Followers* (*followers*) laki-laki dan perempuan di Instagram Raymond Chin terhadap aspek *Entrepreneurial Mindset*, *Entrepreneurial Education*, Dan *Entrepreneurial Intention*. Adapun hasil rangkuman klasifikasi penilaian dari masing-masing butir pernyataan tersebut secara rinci dapat dilihat pada Tabel 4.17 di bawah ini :

Tabel 4.17 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Nilai Rata-Rata Perindikator

Variabel	Rata-Rata Jawaban		Keterangan
	Laki-Laki	Perempuan	
Entrepreneurial Mindset	4,30	4,43	Rata-rata jawaban responden perempuan lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki
Entrepreneurial Education	4,21	4,40	Rata-rata jawaban responden perempuan lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki
Entrepreneurial Intention	4,23	4,45	Rata-rata jawaban responden perempuan lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki

Sumber : Diolah penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi responden Perempuan secara konsisten menunjukkan nilai rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan dengan responden Laki-Laki di seluruh dimensi yang diteliti, yakni variabel *Entrepreneurial Mindset*, *Entrepreneurial Education*, dan *Entrepreneurial Intention*. Pada variabel *Entrepreneurial Mindset*, responden perempuan memimpin dengan rata-rata 4,43 berbanding 4,30 milik laki-laki, yang kemudian diikuti oleh variabel *Entrepreneurial Education* dengan skor 4,40 untuk perempuan dan 4,21 untuk laki-laki, serta variabel *Entrepreneurial Intention* yang mencatat angka tertinggi bagi perempuan sebesar 4,45 dibandingkan laki-laki sebesar 4,23.

4.4. Analisis Data

4.4.1. Uji Homogenitas Varians

Uji homogenitas ini akan menjadi prosedur uji statistik yang dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama.

Tabel 4.18 Uji Homogenitas Varian

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ENTREPRENEURIAL MINDSET	Based on Mean	2.127	1	270	.146
	Based on Median	2.445	1	270	.119
	Based on Median and with adjusted df	2.445	1	235.330	.119
	Based on trimmed mean	2.288	1	270	.132
ENTREPRENEURIAL EDUCATION	Based on Mean	3.207	1	270	.074
	Based on Median	2.240	1	270	.136
	Based on Median and with adjusted df	2.240	1	258.389	.136
	Based on trimmed mean	2.699	1	270	.102
ENTREPRENEURIAL INTENTION	Based on Mean	.776	1	270	.379
	Based on Median	.973	1	270	.325
	Based on Median and with adjusted df	.973	1	262.431	.325
	Based on trimmed mean	1.024	1	270	.312

Sumber : Output dari SPSS yang diolah peneliti, 2026

Berdasarkan data pada tabel 4.18 output dari SPSS "Test of Homogenity of Variances" di atas menunjukan bahwa nilai *Sig* memiliki nilai > dari 0,05 dengan demikian dapat dikatakan bahwa variasi data dari penelitian ini adalah homogen. Maka dari itu, karena data ini homogen maka uji independen sampel t-tes bisa dilanjutkan.

4.4.2. Uji Independen Sampel T-test

Uji Independen Sampel t Test merupakan Uji Komparatif atau Uji Beda untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan mean dua kelompok sampel yang tidak berhubungan. Independen Sampel Test ini digunakan untuk mengetahui signifikansi perbedaan antara *Entrepreneurial Mindset*, *Entrepreneurial Education,* dan *Entrepreneurial Intention* seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 4.19 Hasil Uji Independen Sampel t-test

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
ENTREPRENEURIAL MINDSET	Equal variances assumed	2.127	.146	-3.315	270	.001	-.86765	.26172	-1.38291	-.35238
	Equal variances not assumed			-3.315	239.360	.001	-.86765	.26172	-1.38321	-.35209
ENTREPRENEURIAL EDUCATION	Equal variances assumed	3.207	.074	-3.184	270	.002	-.88235	.27713	-1.42797	-.33673
	Equal variances not assumed			-3.184	263.231	.002	-.88235	.27713	-1.42804	-.33667
ENTREPRENEURIAL INTENTION	Equal variances assumed	.776	.379	-3.955	270	.000	-.88971	.22496	-1.33260	-.44681
	Equal variances not assumed			-3.955	263.045	.000	-.88971	.22496	-1.33266	-.44676

```
ONEWAY X1 X2 X3 BY SEX
  /STATISTICS HOMOGENEITY
  /MISSING ANALYSIS.
```

Sumber : Output dari SPSS yang diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan output pada tabel 4.19 maka diajukanlah beberapa hipotesis berikut ini :

1. Ho: Tidak Terdapat Perbedaan Pada *Entrepreneurial Mindset* Antara Laki-Laki Dengan Perempuan *Followers* Instagram Raymond Surya Chin.

   Ha: Terdapat Perbedaan Pada *Entrepreneurial Mindset* Antara Laki-Laki Dengan Perempuan *Followers* Instagram Raymond Surya Chin.

   Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 4.19 diketahui nilai uji beda variabel *Entrepreneurial Mindset* antara Laki-Laki dengan Perempuan menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 maka diputuhskan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan *Entrepreneurial Mindset* antara Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin.

2. Ho: Tidak Terdapat Perbedaan Pada *Entrepreneurial Education* Antara Laki-Laki Dengan Perempuan *Followers* Instagram Raymond Surya Chin.

   Ha: Terdapat Perbedaan Pada *Entrepreneurial Education* Antara Laki-Laki Dengan Perempuan *Followers* Instagram Raymond Surya Chin.

   Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 4.19 dapat diketahui nilai statistik uji beda variabel *Entrepreneurial Education* menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 maka diputuskan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan *Entrepreneurial Education* antara Laki-Laki Followers Instagram Raymond Surya Chin dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin

3. Ho: Tidak Terdapat Perbedaan Pada *Entrepreneurial Intention* Antara Laki-Laki Dengan Perempuan *Followers* Instagram Raymond Surya Chin.

   Ha: Terdapat Perbedaan Pada *Entrepreneurial Intention* Antara Laki-Laki Dengan Perempuan *Followers* Instagram Raymond Surya Chin.

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 4.19 dapat diketahui bahwa nilai statistik uji beda variabel *Entrepreneurial Intention* pada Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka diputuskan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan *Entrepreneurial Intention* antara Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin.

4.5. Pembahasan

1. Studi Komparasi Variabel *Entrepreneurial Mindset* (X1) Pada Laki Laki *Followers Instagram* Raymon Surya Chin Dengan *Perempuan Followers Instagram* Raymon Surya Chin

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa terdapat perbedaan *Entrepreneurial Mindset* antara Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin Dan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua kelompok memiliki *Entrepreneurial Mindset* atau serta cara pandang yang berbeda dalam memahami peluang bisnis dan menghadapi tantangan kewirausahaan. Mayoritas Laki-Laki *Followers* Instagram Raymond Surya Chin menyatakan memiliki keinginan untuk menciptakan pekerjaan sendiri dan tertarik terhadap dunia usaha. Sebaliknya, kelompok Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin cenderung menunjukkan respons yang lebih konsisten dalam memahami dan menyerap edukasi bisnis yang diberikan melalui *Instagram* Raymond Surya Chin.

Lingkungan digital *Instagram* tersebut membentuk *Entrepreneurial Mindset* yang kuat, terutama bagi generasi muda yang memiliki ketertarikan terhadap pengembangan usaha. *Followers* perempuan dalam penelitian ini terlihat lebih reflektif dan mendalam dalam mengolah informasi bisnis, sedangkan *followers* laki-laki cenderung lebih berorientasi pada tindakan dan keberanian mengambil risiko.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori McGrath dan MacMillan yang menjelaskan bahwa *Entrepreneurial Mindset* ditandai dengan orientasi tindakan, kemampuan membaca peluang, keberanian menghadapi risiko, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan. Media sosial dalam penelitian ini berperan sebagai sarana pembentukan pola pikir kewirausahaan melalui penyampaian konten yang inspiratif, edukatif, dan relevan dengan kondisi bisnis saat ini.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Rahman dan S. Putri (2024) yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan *Entrepreneurial Mindset* antara laki-laki dan perempuan dalam konteks *Digital Entrepreneurship*. Selain itu, penelitian Chen et al. (2023) menjelaskan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola pikir kewirausahaan generasi muda melalui paparan konten edukatif yang dikonsumsi secara berulang. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa perbedaan *Entrepreneurial Mindset* dalam penelitian ini dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik gender, cara menerima informasi, pengalaman sosial, serta proses internalisasi konten bisnis yang diterima melalui media sosial.

2. **Studi Komparasi Variabel *Entrepreneurial Education* (X2) Pada Laki Laki *Followers Instagram* Raymon Surya Chin Dengan *Perempuan Followers Instagram* Raymon Surya Chin.**

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa terdapat perbedaan *Entrepreneurial Education* antara *followers* Laki-Laki dan Perempuan *Instagram* Raymond Surya Chin. Hal ini menunjukkan bahwa proses pemahaman, penerimaan, dan internalisasi pendidikan kewirausahaan melalui media sosial tidak diterima secara sama oleh kedua kelompok gender. Responden Laki-laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin maupun perempuan sama-sama merasa memahami konsep bisnis dan memperoleh manfaat dari konten edukasi yang dikonsumsi. Akan tetapi, pada indikator pengalaman praktik kewirausahaan, Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin menunjukkan tingkat persetujuan yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan cenderung merasa lebih optimal dalam menerima pengalaman belajar kewirausahaan melalui media sosial.

Paparan konten strategi bisnis dan motivasi kewirausahaan membentuk proses pembelajaran nonformal yang berlangsung secara terus-menerus. *Followers* perempuan terlihat lebih detail dan serius dalam memahami isi konten, sedangkan *followers* laki-laki lebih fokus pada penerapan praktis dan strategi bisnis secara langsung.

Temuan penelitian ini sesuai dengan teori Zhang et al. yang menjelaskan bahwa Entrepreneurial Education merupakan proses pembelajaran yang bertujuan membangun pengetahuan, keterampilan, dan perilaku kewirausahaan seseorang. Dalam penelitian ini, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi sarana edukasi digital yang mampu meningkatkan literasi bisnis followers. Hasil penelitian ini

juga diperkuat oleh penelitian M. Kurniawan dan D. Sari (2025) yang menyatakan bahwa perempuan cenderung memiliki keterlibatan lebih tinggi dalam proses pembelajaran kewirausahaan dibandingkan laki-laki. Selain itu, penelitian J. Sur et al. (2023) menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis digital mampu meningkatkan pemahaman bisnis dan kesiapan individu dalam menghadapi dunia usaha.

Dengan demikian, perbedaan *Entrepreneurial Education* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran kewirausahaan melalui media sosial dipengaruhi oleh cara masing-masing gender menerima informasi, pengalaman belajar, serta tingkat keterlibatan dalam memahami konten edukasi bisnis.

3. Studi Komparasi Variabel *Entrepreneurial Intention* (X3) Pada Laki Laki *Followers Instagram* Raymon Surya Chin Dengan *Perempuan Followers Instagram* Raymon Surya Chin

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa terdapat perbedaan *Entrepreneurial Intention* antara *followers* laki-laki dan perempuan *Instagram* Raymond Surya Chin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa niat, dorongan, dan komitmen untuk memulai usaha berbeda antara kedua kelompok gender setelah memperoleh paparan konten bisnis dan motivasi kewirausahaan dari media sosial. Artinya, diperkuat oleh jawaban responden yang menunjukkan bahwa mayoritas *followers* laki-laki dan perempuan sama-sama memiliki ketertarikan tinggi terhadap dunia usaha. Responden juga menunjukkan keinginan kuat untuk mencari peluang bisnis dan menciptakan usaha sendiri.

Namun demikian, terdapat perbedaan dalam kekuatan *Entrepreneurial Intention* antara kedua kelompok. *Followers* laki-laki cenderung lebih berorientasi pada pencapaian dan keberanian mengambil peluang, sedangkan *followers* perempuan lebih mempertimbangkan stabilitas, kesiapan, dan keberlanjutan usaha.

Responden sebagai generasi muda yang aktif mengakses media sosial turut memengaruhi terbentuknya *Entrepreneurial Intention*. Konten yang disampaikan Raymond Surya Chin mengenai motivasi bisnis, kebebasan finansial, investasi, dan kisah sukses kewirausahaan menjadi stimulus yang mampu membangun keyakinan *followers* terhadap peluang usaha di masa depan. Lingkungan digital yang interaktif juga mendorong *followers* untuk lebih percaya diri dalam mempertimbangkan kewirausahaan sebagai pilihan karier.

Temuan penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen

yang menjelaskan bahwa niat berwirausaha dipengaruhi oleh sikap individu, norma sosial, dan keyakinan terhadap kemampuan diri. Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian Gupta et al. (2024) yang menyatakan bahwa konten kreator digital memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan *Entrepreneurial Intention* generasi muda. Selain itu, penelitian Rahman dan S. Putri (2024) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan niat berwirausaha antara laki-laki dan perempuan akibat perbedaan motivasi, pengalaman sosial, dan cara memandang risiko bisnis.

Dengan demikian, perbedaan *Entrepreneurial Intention* dalam penelitian ini dipengaruhi oleh faktor motivasi pribadi, karakteristik gender, lingkungan digital, serta proses penerimaan konten kewirausahaan yang diperoleh melalui media sosial *Instagram* Raymond Surya Chin.

BAB V
PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai perbedaan *Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurial Education, dan Entrepreneurial Intention* antara Laki-Laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin, dapat diketahui bahwa media sosial Instagram memiliki peran penting dalam membentuk *Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurial Education,* dan *Entrepreneurial Intention* generasi muda. Oleh sebeab itu dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat perbedaan *Entrepreneurial Mindset* antara Laki-laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin dan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin. Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin cenderung lebih mendalam dan reflektif dalam memahami konten bisnis, sedangkan Laki-laki *Followers Instagram* Raymond Surya Chin lebih berorientasi pada tindakan dan keberanian dalam mengambil keputusan usaha.
2. Terdapat perbedaan *Entrepreneurial Education* antara Laki-laki Followers Instagram Raymond Surya Chin dan Perempuan FollowersInstagram Raymond Surya Chin. Perempuan cenderung lebih teliti dan serius dalam memahami materi edukasi bisnis, sedangkan laki-laki lebih fokus pada penerapan praktis dan strategi bisnis secara langsung. Perbedaan tersebut menyebabkan pengalaman dan pemahaman kewirausahaan antara kedua kelompok menjadi tidak sepenuhnya sama.
3. Terdapat perbedaan *Entrepreneurial Intention* antara followers laki-laki dan perempuan Instagram Raymond Surya Chin. *Followers* laki-laki cenderung memiliki *Entrepreneurial Intention* yang dipengaruhi oleh orientasi pencapaian dan keberanian mengambil risiko, sedangkan followers perempuan lebih mempertimbangkan stabilitas, kesiapan, dan keberlanjutan usaha sebelum memulai bisnis.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai adanya perbedaan yang signifikan pada *Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurial Education,* Dan *Entrepreneurial Intention* Pada Laki-Laki Dengan Perempuan *Followers Instagram* Raymond Surya Chin, maka peneliti merumuskan beberapa saran akademis dan praktis sebagai berikut :

1. Bagi *Content Creator* (Raymond Surya Chin dan Edukator Bisnis Media Sosial)

Para pembuat konten edukasi finansial dan kewirausahaan disarankan untuk tidak lagi menyamaratakan pendekatan penyampaian materi (*one-size-fits-all approach*). Mengingat adanya celah perbedaan yang nyata antara audiens laki-laki dan perempuan dalam menyerap informasi bisnis, disarankan untuk mulai menyusun strategi konten yang lebih personal (*tailored content*). *Content creator* dapat membuat segmen-segmen khusus yang membahas hambatan spesifik yang sering dihadapi oleh gender tertentu. Misalnya, membahas tantangan sosiologis, manajemen risiko, atau pengelolaan modal bagi wirausaha perempuan. Dengan pendekatan yang lebih inklusif dan sensitif terhadap perbedaan karakteristik gender ini, pesan edukasi yang disampaikan dapat diinternalisasi dengan lebih optimal oleh seluruh lapisan *Followers*nya.

2. Bagi Para *Followers* (*Followers* Instagram)

Para *Followers*, baik laki-laki maupun perempuan, diharapkan tidak hanya memposisikan diri sebagai konsumen informasi yang pasif di media sosial. Mengingat paparan informasi yang sama menghasilkan output pemahaman dan niat yang berbeda, para *Followers* perlu melakukan evaluasi mandiri terhadap tingkat literasi bisnis mereka. Disarankan bagi para *followers* untuk mengambil langkah konkret setelah mengonsumsi konten edukasi, seperti bergabung dalam komunitas bisnis, mengikuti pelatihan formal tambahan, atau mulai mengimplementasikan teori-teori dasar ke dalam skala usaha mikro. Melalui tindakan proaktif ini, kesenjangan dalam pola pikir dan keterampilan berwirausaha antar gender dapat diperkecil, sehingga motivasi yang didapat dari media sosial dapat bertransformasi menjadi aksi nyata yang produktif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada analisis komparatif berdasarkan variabel demografi gender pada satu platform media sosial. Oleh karena itu, bagi peneliti masa depan yang tertarik pada topik serupa, sangat disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan memasukkan variabel kontrol atau komparatif lainnya yang lebih kompleks, seperti latar belakang pekerjaan, tingkat pendapatan bulanan, tingkat pendidikan formal, hingga wilayah domisili responden. Langkah ini penting dilakukan guna menggali faktor psikologis dan sosiologis yang mendasari mengapa perbedaan pola pikir, edukasi, dan niat berwirausaha tersebut dapat muncul secara signifikan di antara kelompok Laki-laki dan Perempuan.

Skripsi Angelina Mahesa Putri

ORIGINALITY REPORT

10%	9%	5%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
2	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1%
3	id.123dok.com Internet Source	<1%
4	garuda.kemdiktisaintek.go.id Internet Source	<1%
5	www.cnbcindonesia.com Internet Source	<1%
6	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%
7	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1%
8	docplayer.info Internet Source	<1%
9	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%
10	Risma Handayani, Cecep Yoto Haryoto. "Pengaruh Kompensasi dan Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bara Putra Pratama", Jurnal EMT KITA, 2025 Publication	<1%
11	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
12	repository.unissula.ac.id Internet Source	

		<1 %
13	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
14	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
15	Submitted to Fakultas Psikologi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
16	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
17	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
18	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
19	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1 %
20	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
21	journal.ummat.ac.id Internet Source	<1 %
22	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
23	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
24	repositori.unsil.ac.id Internet Source	<1 %
25	Maman Sulaeman. "EFEKTIFITAS PELATIHAN KETERAMPILAN BERUSAHA DAN BANTUAN STIMULAN USAHA EKONOMIS PRODUKTIF TERHADAP PENGENTASAN KEMISKINAN	<1 %

	(STUDI KASUS DI KOTA BANJAR)", Jurnal Terapan Abdimas, 2018 Publication	
26	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
27	eprints.ahmaddahlan.ac.id Internet Source	<1 %
28	pdfslide.net Internet Source	<1 %
29	id.wikipedia.org Internet Source	<1 %
30	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
31	repository.unibos.ac.id Internet Source	<1 %
32	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
33	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %
34	e-jurnal.iphorr.com Internet Source	<1 %
35	jurnal.polbeng.ac.id Internet Source	<1 %
36	media.neliti.com Internet Source	<1 %
37	Mukodas Mukodas, Ruyatul Hilal Mukhtar, Ainiyah Ekowati, Roy Effendi, Widia Zistiana. "Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Postingan Bertema Politik Pada Intagram Akun @Tempodotcom", Triangulasi: Jurnal Pendidikan Kebahasaan, Kesastraan, Dan Pembelajaran, 2025 Publication	<1 %

38	Submitted to Universitas Islam Negeri Raden Fatah Student Paper	<1 %
39	Submitted to Universitas PGRI Palembang Student Paper	<1 %
40	ejournal.unida.gontor.ac.id Internet Source	<1 %
41	repository.unim.ac.id Internet Source	<1 %
42	123dok.com Internet Source	<1 %
43	M. Adnan Lira. "The Father's Responsibility for the Fulfillment of Child Support Post-Divorce", SIGn Jurnal Hukum, 2023 Publication	<1 %
44	m.foodreview.co.id Internet Source	<1 %
45	peraturan.bpk.go.id Internet Source	<1 %
46	repository.unas.ac.id Internet Source	<1 %
47	astra-ostoshop.github.io Internet Source	<1 %
48	docobook.com Internet Source	<1 %
49	eprints.untirta.ac.id Internet Source	<1 %
50	ojs.mahadewa.ac.id Internet Source	<1 %
51	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %

52	repository.uniga.ac.id Internet Source	<1 %
53	royalprima.com Internet Source	<1 %
54	taufan.web.id Internet Source	<1 %
55	Muhamad Fauzi Swarna, Alya Rumardani, Egi adi Saputra, Duvi Pratama Nuryadi, Muhammad Dzakwan Al-mufid, Nadia Amalia. "Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal", Karimah Tauhid, 2024 Publication	<1 %
56	ecampus.uinmybatusangkar.ac.id Internet Source	<1 %
57	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1 %
58	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
59	rahmawatimunirblog.wordpress.com Internet Source	<1 %
60	repository.president.ac.id Internet Source	<1 %
61	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	<1 %
62	Naila Rinanda Syakira, Ifdil Ifdil, Annisaislami Khairati. "Analisis doomscrolling pada mahasiswa berdasarkan jenis kelamin, usia, dan intensitas penggunaan media sosial", Jurnal Konseling dan Pendidikan, 2025 Publication	<1 %
63	Submitted to UPN Veteran Yogyakarta Student Paper	<1 %

64	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	<1 %
65	a-research.upi.edu Internet Source	<1 %
66	ejournal.uksw.edu Internet Source	<1 %
67	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
68	journal.ikipsiliwangi.ac.id Internet Source	<1 %
69	jurnal.polibatam.ac.id Internet Source	<1 %
70	rajasamsung.com Internet Source	<1 %
71	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
72	vdocuments.site Internet Source	<1 %
73	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
74	Eri Bukhari, Aditya Ramadhan. "ANALISIS KOMPARASI PENGHASILAN DRIVER GO-JEK DAN GRAB TERHADAP STANDAR UPAH MINIMUM REGIONAL KOTA BEKASI PADA SAAT PANDEMI COVID-19", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen, 2020 Publication	<1 %
75	Syaharani Nur Setia Alam, Mochammad Mukti Ali. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu di Akasafootstore", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1 %

76	Tasya Nabila Nur Azmi, Durinta Puspasari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa di SMK YPI Darussalam 2 Cerme Gresik", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2026 Publication	<1 %

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		

Skripsi Angelina Mahesa Putri

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

PAGE 29

PAGE 30

PAGE 31

PAGE 32

PAGE 33

PAGE 34

PAGE 35

PAGE 36

PAGE 37

PAGE 38

PAGE 39

PAGE 40

PAGE 41

PAGE 42

PAGE 43

PAGE 44

PAGE 45

PAGE 46

PAGE 47

PAGE 48

PAGE 49

PAGE 50

PAGE 51

PAGE 52

PAGE 53

PAGE 54

PAGE 55

PAGE 56

PAGE 57

PAGE 58

PAGE 59

PAGE 60

PAGE 61

PAGE 62