



**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MOTIVASI BERWIRAUSAHA
DAN IMPLIKASINYA PADA MINAT BERWIRAUSAHA DI UKM
WILAYAH JAKARTA BARAT
(Studi Kasus Pelaku UKM Walikota Jakarta Barat)**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : DWI HAFSARI
NIM : 55119110044

**Program Studi Magister Manajemen
FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2021**



**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MOTIVASI BERWIRAUSAHA
DAN IMPLIKASINYA PADA MINAT BERWIRAUSAHA DI UKM
WILAYAH JAKARTA BARAT
(Studi Kasus Pelaku UMKM Walikota Jakarta Barat)**

TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Magister Manajemen Pada Pascasarjana Program Studi
Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**

**Nama : DWI HAFSARI
NIM : 55119110044**

**Program Studi Magister Manajemen
FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2021**

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of digital marketing and entrepreneurial knowledge on entrepreneurial motivation and its implications for entrepreneurial interest in SMEs in the West Jakarta area (Case Study of SME Actors, West Jakarta Mayor. DKI Jakarta has an OKE OCE program that manages SMEs in Jakarta, in the program. There are 7 stages where for the first stage of registration there are 9,280 SMEs and the last stage there is capital, there are 79 SMEs. This research uses a quantitative analysis approach with data collection methods through questionnaires given to 79 respondents. The research used in this study is SEM-PLS Version 3.0. The results show that the digital marketing relationship has no significant effect on interest in entrepreneurship, entrepreneurial knowledge has a significant effect on interest in entrepreneurship, in digital marketing. keting has a significant effect on entrepreneurial motivation, entrepreneurial knowledge has a significant effect on entrepreneurial motivation, entrepreneurial motivation has a significant effect on interest in entrepreneurship, digital marketing and knowledge of entrepreneurship simultaneously have a significant effect on entrepreneurial motivation, digital marketing, entrepreneurial knowledge and entrepreneurial motivation simultaneously have a significant effect on motivation entrepreneurship interest in entrepreneurship, significant entrepreneurial motivation mediates digital marketing on entrepreneurial interest, significant entrepreneurial motivation mediates entrepreneurial knowledge on entrepreneurial interest.

Keywords: Digital Marketing, Entrepreneurship Knowledge, Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Interest

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Digital Marketing Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Implikasinya Pada Minat Berwirausaha Di UKM Wilayah Jakarta Barat (Studi Kasus Pelaku UKM Walikota Jakarta Barat. DKI Jakarta memiliki program OKE OCE yang mengelola UKM di Jakarta, dalam program tersebut ada 7 tahapan dimana untuk tahap pertama Pendaftaran terdapat 9.280 UKM dan tahap yang terakhir ada permodalan ada 79 UKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada 79 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SmartPLS Versi 3.0. Hasil penelitian menunjukan bahwa hubungan digital marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, digital marketing berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha, pengetahuan berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha, motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, digital marketing dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha, digital marketing, pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, motivasi berwirausaha signifikan memediasi digital marketing terhadap minat berwirausaha, motivasi berwirausaha signifikan memediasi pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Kata Kunci : Digital Marketing, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Minat Berwirausaha

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Digital Marketing Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Implikasinya pada Minat Berwirausaha Di UKM Wilayah Jakarta Barat (Studi Kasus Pelaku UKM Walikota Jakarta Barat)

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Organisasi

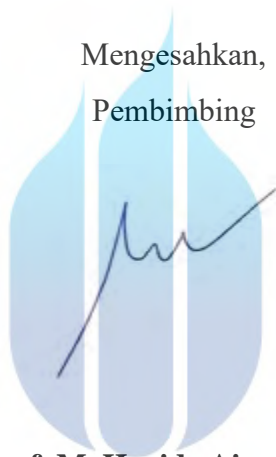
Nama : Dwi Hafasri

NIM : 55119110044

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 29 Juli 2021

Mengesahkan,
Pembimbing



(Prof. M. Havidz Aima, Ph.D)

UNIVERSITAS

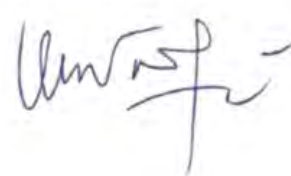
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si)



(Dr. Indra Siswanti, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis :

Judul :Pengaruh Digital Marketing Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Implikasinya pada Minat Berwirausaha Di UKM Wilayah Jakarta Barat (Studi Kasus Pelaku UKM Walikota Jakarta Barat)
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Organisasi
Nama : Dwi Hafsari
NIM : 55119110044
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal : 29 Juli 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 29 Juli 2021



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dwi Hafsari)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat juga karunia-Nya kepada penulis. Berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian dengan judul “**Pengaruh Digital Marketing Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Implikasinya Pada Minat Berwirausaha Di UKM Wilayah Jakarta Barat**”.

Penelitian ini disusun dalam rangka penyusunan Tesis yang menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Sumber Daya Manusia dari Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih terdapat kelemahan yang perlu diperkuat dan kekurangan yang perlu dilengkapi. Penulis juga menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini
2. Bapak Prof. H.M. Havidz Aima, MS, Ph,D, CFRM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama proses penyusunan tesis ini dari awal hingga akhir yang tak henti- hentinya memberi motivasi, masukan dan semangat kepada penulis.
3. Bapak Dr. M. Ali Iqbal, M. Sc sebagai ketua sidang dan Ibu Dr. Mafizaton Nur Hayati, SE, MM sebagai dosen penguji sidang akhir
4. Ibu Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM selaku dosen metodologi penelitian, dosen penelaah Seminar Proposal dan dosen penelaah Seminar Hasil yang telah memberi masukan untuk perbaikan tesis penulis.
5. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS sebagai rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M. Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Ibu Dr. Indra Siswanti, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
8. Seluruh dosen Program Studi Magister Manajemen, dan juga rekan-rekan mahasiswa yang telah berempati dalam proses penyelesaian Tesis ini.
9. Kepala Tata Usaha Dinas PPKUKM Jakarta Barat yang sudah mengizinkan penulis melakukan penelitian dan bisa mendapatkan data yang penulis butuhkan dari instansi tersebut.

10. Kepada Kedua Orang Tua saya Ibu Sri Mulyani dan Bapak Iwan Sofyan yang selalu mendoakan dan mensupport sampai saat ini.
11. Kepada Keluarga dan Teman –teman yang selalu memberi motivasi dan doa untuk penulis. Semoga hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam kemajuan pendidikan Indonesia.
12. Dan terakhir untuk semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak luput dari kekurangan. Penulis terbuka atas kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 29 Juli 2021



Dwi Hafsari



PERNYATAAN SIMILIARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Dwi Hafsari
NIM : 55119110044
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN IMPLIKASINYA PADA MINAT BERWIRAUSAHA DI UKM WILAYAH JAKARTA BARAT”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 22 Juni 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 22 %.

Jakarta, 22 Juni 2021
Administrator Turnitin


Arie Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN SIMILIARITY CHECK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Kontribusi Penelitian	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1. Kajian Pustaka	16
2.1.1. Pengertian Kewirausahaan	16
2.1.2. Digital Marketing dalam Kewirausahaan	17
2.1.3. Pengetahuan Kewirausahaan	20
2.1.4. Motivasi Berwirausaha	22
2.1.5. Minat Berwirausaha	24
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Hipotesis Penelitian	32
2.3.1. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha	32
2.3.2. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha	33
2.3.3. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Motivasi Berwirausaha	34
2.3.4. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha	34
2.3.5. Pengaruh Minat Berwirausaha Terhadap Motivasi Berwirausaha	35

2.3.6. Pengaruh Motivasi Berwirausaha Signifikan Memediasi Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha	36
2.3.7. Pengaruh Motivasi Berwirausaha Signifikan Memediasi Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha	36
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
3.1. Desain Penelitian dan Jenis Penelitian	38
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.2.1. Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	39
3.2.2. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	40
3.2.3. Variabel Intervening	40
3.3. Populasi dan Sampel	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1. Wawancara	42
3.4.2. Angket/ Kuisisioner	42
3.5. Metode Analisis Data	44
3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif	44
3.5.2. Analisis Statistik Inferensial	44
3.5.3. Perumusan Model	45
3.5.4. Evaluasi Model dalam PLS-SEM	47
3.5.5. Matriks Korelasi Antar Dimensi	50
BAB IV	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1. Sejarah Organisasi	54
4.1.2. Lingkup dan Bidang Usaha	57
4.1.3. Sumber Daya	60
4.1.4. Sumber Daya Manusia	61
4.1.5. Tantangan Pengembangan Pelayanan	62
4.1.6. Proses/ Kegiatan Fungsi Bisnis	63
4.2. Statistik Deskriptif	65
4.2.1. Karakteristik Responden	65
4.2.2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	73
4.3. Hasil Analisis Data Penelitian	79
4.3.1. Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	79
4.3.2. Pengujian Reliabilitas	87
4.3.3. Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	88

4.3.4. Pengujian Hipotesis	93
4.3.5. Analisa Korelasi Antar Dimensi.....	99
4.4. Pembahasan.....	101
4.4.1. Digital marketing berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha 101	
4.4.2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.....	103
4.4.3. Digital marketing berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha.....	104
4.4.4. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha.....	105
4.4.5. Minat berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha.....	107
4.4.6. Motivasi berwirausaha signifikan memediasi digital marketing terhadap minat berwirausaha.....	108
4.4.7. Motivasi berwirausaha signifikan memediasi pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.....	109
BAB V.....	110
KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
5.1. Kesimpulan.....	110
5.2. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	120
CURRICULUM VITAE.....	144

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survei (Minat Berwirausaha).....	17
Tabel 1.2 Pra Survei (Motivasi Berwirausaha).....	19
Tabel 1.3 Pra Survei (Digital Marketing).....	21
Tabel 1.4 Pra Survei (Pengetahuan Kewirausahaan).....	22
Tabel 2.1 Dimensi Digital Marketing.....	32
Tabel 2.2 Dimensi Pengetahuan Kewirausahaan.....	34
Tabel 2.3 Dimensi Motivasi Berwirausaha.....	36
Tabel 2.4 Dimensi Minat Berwirausaha.....	39
Tabel 2.5 Data Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel-Variabel.....	53
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Angket Skala Likert.....	55
Tabel 3.3. Klasifikasi KMO.....	59
Tabel 3.4. Klasifikasi Cronbach's Coefficient Alpha.....	60
Tabel 3.5. Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	64
Tabel 3.6. Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	64
Tabel 4.1. Komposisi Pegawai Bidang Perdagangan dan UKM.....	74
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	83
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	85
Tabel 4.6 Uji Statistik Deskriptif Variabel Sumber : Data diolah oleh penulis dengan SemPls versi 3.0 (2021).....	86
Tabel 4.7 Persepsi Responden pada Variabel Digital Marketing.....	87
Tabel 4.8 Persepsi Responden pada Variabel Pengetahuan Kewirausahaan.....	88
Tabel 4.9. Persepsi Responden pada Variabel Motivasi Berwirausaha.....	89
Tabel 4.10 Persepsi Responden pada Variabel Minat Berwirausaha.....	90
Tabel 4.11 Uji Validitas Konvergen dengan Loading Factor.....	93
Tabel 4.12 Uji Validitas Konvergen dengan Average Variance Extracted (AVE).....	96
Tabel 4.13 Uji Validitas Diskriminan.....	98
Tabel 4.14 Pengujian Reliabilitas Konstruksi.....	99
Tabel 4.15 Nilai R ² Setiap Variabel.....	101
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Effect Size F ²	102
Tabel 4.17 Nilai Predictive Relevance (Q ²).....	104
Tabel 4.18 Nilai Predictive Relevance (Q ²).....	105
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	106
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Indirect Effect.....	109
Tabel 4.22 Hubungan Mediasi Antar Variabel.....	109
Tabel 4.23 Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengangguran 2016 – Februari 2020	13
Gambar 1.2 Generasi Muda Indonesia Suka Menjadi Wirausahawan Dibanding PNS	14
Gambar 1.3 Data UKM OK OCE Tahun 2018.....	16
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 3.1. Skematik Outer Model Variabel Bebas (Independen).....	58
Gambar 3.2. Skematik Outer Model Variabel Terikat (Dependen).....	58
Gambar 3.3. Skematik Model Hubungan Antar Variabel	58
Gambar 4.1 : Sejarah Organisasi Dinas PPKUKM DKI Jakarta.....	67
Gambar 4.2 : Struktur Organisasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM.....	73
Gambar 4.3 Pengujian Loading Faktor pada Variabel Digital Marketing (X1)	94
Gambar 4.4 Pengujian Loading Faktor pada Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X2).....	94
Gambar 4.5 Pengujian Loading Faktor pada Variabel Motivasi Berwirausaha (Y1)	95
Gambar 4.6 Pengujian Loading Faktor pada Variabel Minat Berwirausaha (Y2)	95
Gambar 4.7 Hasil Uji Model Struktural (Inner Model).....	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Permohonan Penelitian	119
Lampiran 2 : Berita Acara Tempat Penelitian.....	120
Lampiran 3 : Pernyataan Similarity Check	121
Lampiran 4 : Kuesioner	122
Lampiran 5 : Data Diri Responden.....	136
Lampiran 6 : Hasil Kuesioner Penelitian (Motivasi Berwirausaha)	137
Lampiran 7 : Hasil Kuesioner Penelitian (Minat Berwirausaha)	139
Lampiran 6 : Hasil Kuesioner Penelitian (Digital Marketing)	141
Lampiran 6 : Hasil Kuesioner Penelitian (Pengetahuan Kewirausahaan)	142



UNIVERSITAS
MERCU BUANA