

Peran *fear of failure* dan *fear of missing out* dalam membentuk niat berwirausaha mahasiswa

Muhamad Sonhaji Sodikin

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis Digital, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Surya Sumantri No. 65, Bandung, Jawa Barat, 40161, Indonesia
sonhaji687@gmail.com

Nur Nur*

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis Digital, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Surya Sumantri No. 65, Bandung, Jawa Barat, 40161, Indonesia
nur@eco.maranatha.edu

*Penulis Korespondensi

Submitted: Jun 19, 2025; Reviewed: Aug 4, 2025; Accepted: Oct 7, 2025

Abstrak: Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh ketakutan akan kegagalan dan kekhawatiran ketinggalan tren terhadap niat berwirausaha mahasiswa di Kota Bandung, mengingat ketatnya persaingan usaha dan dinamika sosial di kalangan generasi muda. Metode penelitian yang dipakai berlandaskan pada pendekatan kuantitatif dengan pendekatan structural equation modeling (SEM) dan melibatkan sampel 213 orang mahasiswa S-1 yang dipilih melalui purposive sampling. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa ketakutan akan kegagalan (FoF) berdampak pada penurunan niat berwirausaha, sedangkan kekhawatiran ketinggalan tren (FoMO) mendorong peningkatan niat tersebut, dengan kedua faktor psikologis ini menjelaskan hampir 68,9 % variasi niat berwirausaha mahasiswa di Kota Bandung. Oleh karena itu, program pendidikan kewirausahaan perlu menggabungkan modul penguatan self-efficacy dan resilience untuk mengurangi ketakutan gagal, serta memfasilitasi fear of missing out (FoMO) selaku dorongan positif, misalnya lewat mentorship bisnis dan perencanaan strategis agar niat tersebut dapat direalisasikan secara nyata dengan perencanaan jangka panjang yang matang.

Kata kunci: *fear of failure; fear of missing out; niat berwirausaha*

The role of fear of failure and fear of missing out in shaping students' entrepreneurial intentions

Abstract: This study is intended to analyze the influence of fear of failure (FoF) and fear of missing out (FoMO) on entrepreneurial intention among undergraduate students in Bandung, given the intense business competition and social dynamics among young generations. The research employed a quantitative method using structural equation modeling (SEM) and involved a sample of 213 undergraduate students selected through purposive sampling. The findings indicate that fear of failure (FoF) negatively affects entrepreneurial intention, whereas fear of missing out (FoMO) enhances it. Together, these two psychological factors explain approximately 68.9% of the variance in

How to cite: Sodikin, M. S., & Nur, N. (2025). Peran fear of failure dan fear of missing out dalam membentuk niat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 25(1), 65-80. <https://doi.org/10.28932/jmm.v25i1.12208>

© 2025 The Authors.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.



entrepreneurial intention among students in Bandung. Therefore, entrepreneurship education programs should integrate modules on strengthening self-efficacy and resilience to mitigate fear of failure, while also leveraging fear of missing out (FoMO) as a positive motivational driver, for instance, through business mentorship and strategic planning, so that entrepreneurial intentions can be effectively realized within a well-structured long-term plan.

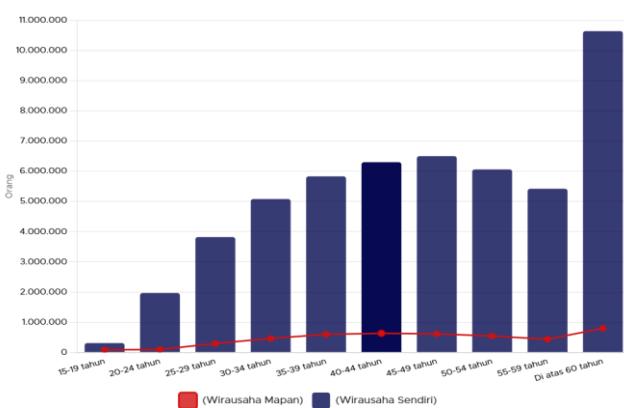
Keywords: entrepreneurial intention; fear of failure; fear of missing out

PENDAHULUAN

Periode bonus demografi Indonesia berlangsung antara 2012 hingga 2035, dengan puncaknya yaitu sekitar 2020-2030 (Badan Pusat Statistik, 2025). Periode ini berpotensi besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui produktivitas tenaga kerja yang lebih tinggi, pada Februari 2025, jumlah angkatan kerja mencapai 145,77 juta orang, dengan 7,28 juta orang pengangguran. Jika dibandingkan Februari 2024, terjadi peningkatan sebanyak 3,67 juta angkatan kerja (Luthfia, 2025; Badan Pusat Statistik, 2025). Potensi demografi dapat terjadi jika didukung kebijakan yang tepat. Tanpa peningkatan kualitas sumber daya manusia, angka populasi yang besar justru dapat menurunkan produktivitas ekonomi (Haider, 2019; Mahanti, 2021; United Nations Development Programme, 2020). Apabila tidak disertai dengan perencanaan yang tepat, bonus demografi dapat bergeser menjadi tekanan ekonomi, terutama apabila pertumbuhan penduduk usia produktif tidak diiringi dengan tersedianya lapangan kerja yang layak.

Dengan tingginya tingkat pertumbuhan angkatan kerja di Indonesia, dan tidak diimbangi dengan pertumbuhan ekonomi yang memadai, menyebabkan jumlah pengangguran di Indonesia meningkat (Purwati & Prasetyanto, 2022) khususnya di kalangan usia muda yang produktif. Menurut paparan kedua penulis tersebut, kenaikan tingkat pengangguran sebesar 1% berpotensi meningkatkan angka kemiskinan hingga 0,19 persen dalam jangka panjang. Fenomena ini menunjukkan bahwa pengangguran tidak hanya berdampak pada individu yang kehilangan pekerjaan, tetapi juga memperburuk stabilitas sosial dan ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

Wirausaha sering diusulkan sebagai solusi berkelanjutan untuk mengatasi kemiskinan (Mutmainnah et al., 2024). Partisipasi usaha mikro dapat meningkatkan skor indeks pengentasan kemiskinan hingga 12% serta menaikkan pendapatan rumah tangga rata-rata sekitar 15% setelah satu tahun beroperasi (Lasaksi et al., 2023). Inisiatif kewirausahaan sosial mampu menciptakan tambahan lapangan kerja sebesar 20-25% di komunitas miskin, membantu mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan (Khasanah et al., 2023). Berdasarkan hal ini, kewirausahaan terbukti efektif dalam penurunan angka kemiskinan.



Gambar 1. Data sebaran pelaku wirausaha berdasarkan usia
Sumber: Yonatan (2023)

Meskipun demikian, niat berwirausaha di kalangan anak muda masih tergolong rendah, lebih dari 56 juta orang wirausaha di Indonesia, yang mana pelaku usia 20-29 tahun berjumlah 6,1 juta orang atau 11% dari total wirausaha, sedangkan pelaku usia 50 tahun ke atas mencapai 23,9 juta orang (42,7%).

Selain itu, generasi muda (18-29 tahun) hanya mewakili 15% pelaku UMKM (Yonatan, 2023). Angka angka tersebut menegaskan adanya kesenjangan generasi yang signifikan dalam pertumbuhan kewirausahaan nasional dan menunjukkan rendahnya partisipasi wirausaha di kalangan anak muda.

Bandung memiliki ekosistem yang mendukung *startup*, terutama yang berbasis teknologi dengan lingkungan kampus sebagai salah satu pilar utamanya (Fitria & Hakim, 2022). Salah satu contoh konkret adalah Bandung Techno Park (BTP) di Telkom University, yang merupakan sebuah *Science Techno Park* (STP). BTP memiliki visi untuk menjadi pusat inovasi dan kewirausahaan di bidang ICT, rekayasa, dan energi, dengan tujuan mendorong ekonomi lokal (Fitria & Hakim, 2022; Subroto & Tricahyono, 2023). Sebagai inkubator bisnis, BTP menjalankan program inkubasi terstruktur yang menyediakan dukungan, pembinaan, akses ke jaringan bisnis, dan bantuan pendanaan bagi *tenant* (unit usaha baru) untuk berkembang (Subroto & Tricahyono, 2023). Walaupun minat dan motivasi mahasiswa, khususnya Generasi Z, dalam merintis usaha berbasis teknologi menunjukkan peningkatan yang signifikan setelah mengikuti program pelatihan dan forum diskusi (Banjarnahor & Sari, 2023), tidak semua ide berhasil dikonversi menjadi usaha yang berkelanjutan. Tingkat kegagalan *startup* masih tergolong tinggi, bahkan mencapai 95% atau 62,2% di Bandung, menunjukkan bahwa banyak usaha yang tidak mampu bertahan dalam jangka panjang. Faktor-faktor kegagalan seringkali meliputi manajemen sumber daya yang belum maksimal, kurangnya inovasi produk, dan rendahnya minat pasar (Fitria & Hakim, 2022).

Dalam konteks psikologis, *fear of failure* (FoF) muncul sebagai faktor yang menghambat mahasiswa untuk memulai usaha. Hal ini sering kali menciptakan dilema dalam pengambilan keputusan. *Fear of failure* (FoF) yang disebabkan oleh persepsi sosial dan ketidakpastian ekonomi nyata mendorong mahasiswa untuk mengurungkan niat berwirausaha. Ketidakpastian yang dikombinasikan dengan stigma sosial tentang kegagalan wirausaha telah secara signifikan menghambat pertumbuhan kewirausahaan (Halim et al., 2023). Selain *fear of failure* (FoF), *fear of missing out* (FoMO) juga memengaruhi proses pengambilan keputusan. Terdapat korelasi yang cukup kuat yang menunjukkan bahwa *fear of missing out* (FoMO) secara nyata memengaruhi keputusan mahasiswa, hal ini menunjukkan kecenderungan untuk mengambil keputusan cepat atau impulsif tanpa pertimbangan mendalam (Tandon et al., 2021). Fenomena ini berdampak pada penurunan kontrol perilaku yang menyebabkan para mahasiswa lebih cenderung mengikuti tren usaha daripada membuat rencana strategis, yang mana dapat berdampak negatif pada keberhasilan usaha awal mereka.

Meski telah banyak penelitian terpisah mengenai *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO), belum ada pendekatan holistik yang mengeksplorasi keterkaitan kedua faktor ini dalam konteks dinamika kewirausahaan mahasiswa di Kota Bandung. Penelitian ini berupaya untuk menjawab celah tersebut dengan mempelajari interaksi antara *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO), khususnya dalam memengaruhi pengambilan keputusan dan kesiapan wirausaha mahasiswa. Belum ada studi komprehensif yang mengkaji interaksi kedua konstruk ini dalam konteks kewirausahaan mahasiswa di Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan menjelaskan pengaruh *fear of failure* (FoF) terhadap niat berwirausaha mahasiswa di Kota Bandung. Dengan mengukur tingkat kecemasan kegagalan dan dampaknya pada *self-efficacy*, penelitian ini akan mengidentifikasi sejauh mana *fear of failure* (FoF) membatasi motivasi mahasiswa dalam merintis usaha. Selanjutnya, penelitian ini akan mengkaji peran *fear of missing out* (FoMO) dalam memengaruhi perencanaan kewirausahaan. Analisis ini diharapkan mengungkap bagaimana *fear of missing out* (FoMO) dapat mengubah dinamika pengambilan keputusan, dari sekadar mengikuti tren menjadi penggunaan *fear of missing out* (FoMO) sebagai pendorong perencanaan strategis. Lebih lanjut, penelitian ini akan mengeksplorasi interaksi antara *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO) dalam membentuk niat berwirausaha. Dengan memahami kombinasi kedua konstruk psikologis ini, diharapkan dapat dirancang program intervensi yang komprehensif, meningkatkan *self-efficacy* mahasiswa, sekaligus mengubah *fear of missing out* (FoMO) menjadi alat motivasi yang konstruktif. Sebagai ringkasan, penelitian ini berupaya memberikan wawasan strategis untuk pengembangan ekosistem kewirausahaan yang relevan dan aplikatif.

Wirausaha merupakan individu yang memiliki keberanian untuk menjalankan usaha secara mandiri dengan pendekatan yang khas, berani mengambil risiko, serta menentukan nasibnya sendiri atas keputusan yang diambil (Ramadhan et al., 2024). Dalam konteks Generasi Z, generasi ini memiliki jiwa kewirausahaan yang meliputi kemampuan mengambil risiko, adaptasi cepat terhadap perubahan, dan pencarian solusi inovatif, yang mana semuanya merupakan kreativitas dan pengetahuan akademik. Hal terpenting dalam hal ini adalah pengalaman langsung mahasiswa, terutama melalui kurikulum

kewirausahaan, *mentorship*, serta jejaring interdisipliner di kampus (Sangapan et al., 2025). Selain itu, literasi digital dan akses teknologi di lingkungan perguruan tinggi menjadi peran penting dalam mentransformasikan gagasan menjadi usaha nyata; selain itu, program pelatihan serta dukungan yang ditawarkan oleh lingkungan kampus terbukti meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan berwirausaha di kalangan mahasiswa Generasi Z (Banjarnahor & Sari, 2023). Karakteristik wirausahan muda, khususnya mahasiswa, ditandai oleh semangat inovasi tinggi, orientasi pertumbuhan pribadi, dan pemanfaatan teknologi digital sebagai pendorong utama usaha. Di Kota Jakarta dan beberapa wilayah di Indonesia, semakin terlihat bagaimana media digital dan fasilitas kampus, seperti program inkubator dan pelatihan mampu memperkuat motivasi berwirausaha mahasiswa.

Namun, tantangan psikologis juga signifikan, *fear of failure* (FoF) terbukti menjadi hambatan, karena kecemasan akan kegagalan terutama rasa malu, kehilangan harga diri, dan ketidakpastian masa depan, berkorelasi negatif terhadap niat berwirausaha mahasiswa (Mutmainnah et al., 2024). Sebaliknya, *fear of missing out* (FoMO) melalui media sosial bisa menjadi pemicu motivasi kewirausahaan, asalkan media tersebut menyediakan inspirasi dan dukungan bagi Generasi Z yang sangat dipengaruhi oleh dorongan sosial dari lingkaran digital mereka. Generasi Z menjadikan *fear of missing out* (FoMO) sebagai pendorong positif sekaligus potensi bahaya jika memicu keputusan impulsif tanpa perencanaan matang. Namun, di sisi lain, *fear of missing out* (FoMO) di kalangan Generasi Z membuka peluang baru bagi UMKM, khususnya melalui fenomena jasa titip produk luar negeri. Hal ini menegaskan bahwa *fear of missing out* (FoMO) tidak hanya berpengaruh pada motivasi individu untuk berwirausaha, tetapi juga dapat menciptakan model bisnis baru yang memanfaatkan dinamika tren di media sosial (Gartner et al., 2022; Maria & Nabila, 2025). Dengan demikian, mengembangkan wirausaha di kalangan Generasi Z bukan hanya soal keterampilan teknis atau teknologi, tetapi juga pengelolaan faktor psikologis, seperti *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO). Pendidikan dan program kampus yang mampu memadukan pembekalan digital dengan dukungan mental akan lebih efektif dalam membentuk wirausahan yang siap menghadapi tantangan usaha ke depannya.

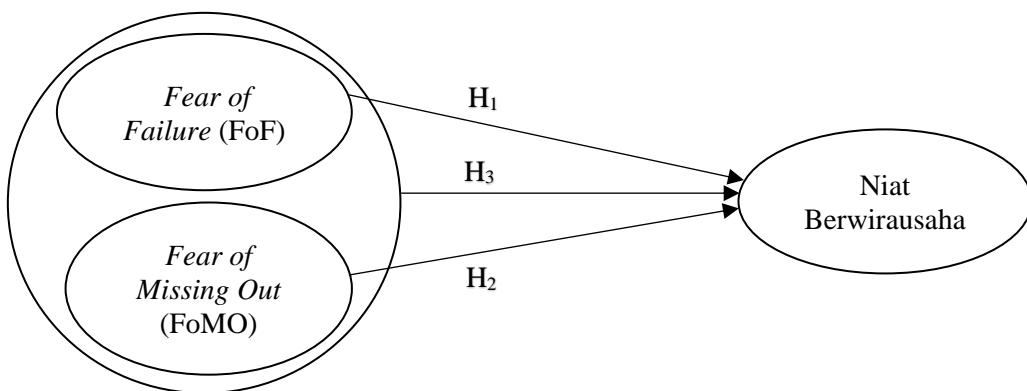
Ketakutan gagal atau *fear of failure* (FoF) merupakan hambatan psikologis yang serius dalam konteks kewirausahaan mahasiswa. Penelitian literatur di Indonesia menemukan bahwa *fear of failure* (FoF) seringkali menjadi alasan utama gagalnya rencana bisnis mahasiswa karena kecemasan terkait kegagalan itu sendiri (Sihaloho et al., 2021). Penelitian kuantitatif lebih lanjut menunjukkan bahwa *fear of failure* (FoF), khususnya rasa malu, kekhawatiran merusak harga diri, dan ketidakpastian masa depan, berhubungan negatif dengan niat berwirausaha mahasiswa (Mutmainnah et al., 2024).

Selain itu, *fear of failure* (FoF) tidak hanya memengaruhi aspek emosional, tetapi juga kognitif. *Fear of failure* (FoF) menyebabkan penurunan keyakinan diri (*self-efficacy*), sehingga muncul hambatan untuk melakukan eksplorasi ide-ide kreatif dan inovatif. Dengan demikian, *fear of failure* (FoF) tidak sekadar reaksi emosional sesaat, melainkan berpotensi menghambat proses kognitif yang mendasari pengambilan risiko bisnis. Dampaknya, muncul kecenderungan *procrastination*, penundaan tindakan nyata karena kekhawatiran akan reputasi dan ketidakpastian hasil (García-Salirrosas et al., 2025).

Selain itu, adapun *fear of missing out* (FoMO), yaitu rasa cemas sosial akibat khawatir tertinggal tren, informasi, atau kesempatan yang dilihat orang lain. Fenomena ini semakin relevan di era media sosial instan dan masif. *Fear of missing out* (FoMO) yang dipicu oleh media sosial dapat berperan sebagai pendorong niat berwirausaha mahasiswa melalui peningkatan motivasi *entrepreneurial* (Hasan & Revinzky, 2025) Sementara itu, tingkat *fear of missing out* (FoMO) yang moderat pada mahasiswa memiliki kaitan yang erat dengan inisiatif pengembangan diri, termasuk rasa ingin seajar dengan rekan-rekan yang aktif berwirausaha (Putri & Saraswati, 2023).

Selain memotivasi, *fear of missing out* (FoMO) juga dapat mendorong perilaku oportunistik, karena adanya tekanan untuk menyesuaikan diri dengan tren. Ketika mahasiswa melihat teman atau rekan berwirausaha di media sosial, *fear of missing out* (FoMO) bisa meningkatkan niat mereka untuk memulai usaha sebagai bentuk penyesuaian diri (Hasan & Revinzky, 2025). Namun, *fear of missing out* (FoMO) juga dapat memicu keputusan impulsif yang sering kali kurang matang dan kurang persiapan sehingga berpotensi mengurangi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Gartner et al., 2022).

Niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*) sering kali dijelaskan dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa niat terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991).



Gambar 2. Model penelitian

Sumber: Peneliti (2025)

Dengan merujuk pada kerangka konseptual yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini merancang hipotesis yang akan diuji melalui pendekatan empiris. Hipotesis tersebut disusun guna melihat bagaimana peran *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO) dalam memengaruhi niat berwirausaha pada mahasiswa sebagai berikut.

- H₁: *Fear of failure* (FoF) memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bandung.
- H₂: *Fear of missing out* (FoMO) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bandung.
- H₃: *Fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Bandung.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yang bersifat kausal untuk menguji hipotesis tentang hubungan antara *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO) sebagai variabel independen, serta niat berwirausaha mahasiswa di Kota Bandung sebagai variabel dependen. Pemilihan metode ini didasarkan pada kesesuaianya dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pengujian hubungan kausal antar variabel. Instrumen utama penelitian terdiri 24 indikator, setiap indikator dioperasionalisasikan melalui skala Likert 1-5, yang mana 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan 5 menunjukkan sangat setuju, dengan penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui *Google Form*. Dengan menggunakan *purposive sampling*, dipilih 240 orang responden yang memenuhi kriteria, berdasarkan kaidah 10-times rule dalam *PLS-SEM*, yang mana ukuran sampel minimal sepuluh kali jumlah indikator terbesar dalam model (Hair et al., 2022).

Penelitian ini mengaplikasikan metode *PLS-SEM* (*Partial Least Squares-Structural Equation Modeling*) dalam pengolahan data, dengan dukungan *SmartPLS 4*, karena kemampuannya menangani model hubungan kompleks, variabel laten reflektif maupun formatif, serta sampel relatif kecil dengan distribusi non-normal (Hair et al., 2022). Penelitian ini menggunakan metode tersebut karena kemampuannya mengestimasi model struktural yang kompleks dengan lebih andal meski ukuran sampel relatif kecil dan tanpa mengharuskan data berdistribusi normal, sehingga cocok untuk penelitian eksploratori seperti ini (Hair et al., 2022); metode tersebut dapat menunjukkan validitas dan reliabilitas instrumen serta menguji kaitan antar variabel. Setiap variabel terdiri atas indikator-indikator yang dikembangkan berdasarkan literatur penelitian.

Tabel 1. Indikator variabel

Variabel	Indikator	Kode	Sumber
<i>Fear of failure</i> (FoF)	Kecemasan terhadap kemampuan pribadi yang tidak cukup.	FoF 1	(Sihaloho et al., 2021)
	Takut gagal mengecewakan keluarga.	FoF 2	

<i>Fear of missing out (FOMO)</i>	Kecemasan terhadap risiko sosial dari kegagalan.	FoF 3	(Putri & Saraswati, 2023)
	Kekhawatiran terhadap ketidakpastian bisnis.	FoF 4	
	Kecemasan gagal menyebabkan kerugian finansial.	FoF 5	
	Takut gagal memengaruhi kepercayaan diri.	FoF 6	
	Ketakutan kehilangan waktu akibat kegagalan.	FoF 7	
	Rasa cemas saat melihat peluang bisnis lewat begitu saja.	FoMO1	
	Sering membandingkan diri dengan pencapaian orang lain di media sosial.	FoMO2	
	Ketergantungan pada informasi media sosial untuk peluang usaha.	FoMO3	
	Rasa iri terhadap pencapaian bisnis orang lain.	FoMO4	
	Rasa mendesak untuk memulai usaha setelah melihat tren.	FoMO5	
Niat berwirausaha	Kekhawatiran ketinggalan momen penting dalam wirausaha.	FoMO6	(Syaefudin et al., 2021)
	Percaya memiliki kemampuan menjadi pengusaha sukses.	NIAT1	
	Inspirasi dari pengusaha sukses untuk memulai usaha.	NIAT2	
	Kewirausahaan sebagai bagian dari rencana karir.	NIAT3	
	Pilihan menjadi pengusaha dibandingkan bekerja untuk orang lain.	NIAT4	
	Keinginan mencoba wirausaha sebagai karir.	NIAT5	
	Kesediaan mengorbankan waktu dan tenaga untuk merintis usaha.	NIAT6	
Kesenangan belajar dan berdiskusi tentang kewirausahaan.		NIAT7	

Sumber: Hasil Pengamatan Peneliti (2025)

Data dikumpulkan selama periode 20 April-10 Juni 2025 melalui *platform* kuesioner daring yang dibagikan ke grup media sosial resmi angkatan, komunitas mahasiswa, dan *mailing list* kepada para mahasiswa universitas di Kota Bandung. Setiap hari, ditargetkan untuk memperoleh minimal 10-15 orang responden, sehingga dalam 20 hari kerja target 200 orang responden kemungkinan tercapai. Peneliti memastikan anonimitas para responden dengan tidak mengumpulkan data identitas pribadi (nama, NIM) dan hanya meminta informasi demografis umum (jenis kelamin, program studi, dan semester). Populasi penelitian terdiri dari para mahasiswa aktif semester 3-8 di perguruan tinggi negeri dan swasta di Kota Bandung yang pernah mengikuti mata kuliah atau pelatihan kewirausahaan.

Tabel 2. Profil responden

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	149	70,00%
	Perempuan	64	30,00%
Usia	20-23 tahun	161	75,60%
	<20 tahun	52	24,40%
Kampus	Universitas Kristen Maranatha	88	41,31%
	<i>Telkom University</i>	21	9,86%
	Universitas Pendidikan Indonesia	18	8,45%
	Universitas Komputer Indonesia	13	6,10%
	Universitas Pasundan	12	5,63%
	Universitas Katolik Parahyangan	6	2,82%
	Universitas Insan Cendekia Mandiri	8	3,76%
	UIN Sunan Gunung Djati Bandung	19	8,92%
	Politeknik Negeri Bandung	13	6,10%

	Universitas Padjadjaran	8	3,76%
	Institut Teknologi Bandung	7	3,29%
Angkatan	2023	66	31,00%
	2022	49	23,00%
	2021	82	38,50%
	2020 atau sebelumnya	16	7,50%
Program studi	Manajemen	79	37,09%
	Psikologi	15	7,04%
	Hukum	17	7,98%
	DKV (Desain Komunikasi Visual)	13	6,10%
	Sastra Inggris	12	5,63%
	Akuntansi	12	5,63%
	IT	36	16,90%
	Sosiologi	8	3,76%
	Ilmu Komunikasi	8	3,76%
	Teknik	8	3,76%
	Vokasi	5	2,35%
Proyek atau kegiatan kewirausahaan yang pernah diikuti	Tidak pernah	43	20,19%
	Mata kuliah kewirausahaan	57	26,76%
	Pelatihan atau seminar kewirausahaan	52	24,41%
	Kompetisi bisnis	19	8,92%
	Proyek kampus atau sekolah	42	19,72%
Niat terhadap kewirausahaan	Sangat tertarik	21	9,86%
	Tertarik	90	42,25%
	Netral	70	32,86%
	Tidak tertarik	24	11,27%
	Sangat tidak tertarik	8	3,76%
Pengalaman berwirausaha	Tidak pernah	134	62,91%
	Pernah memulai usaha kecil	53	24,88%
	Sedang menjalankan usaha	26	12,21%

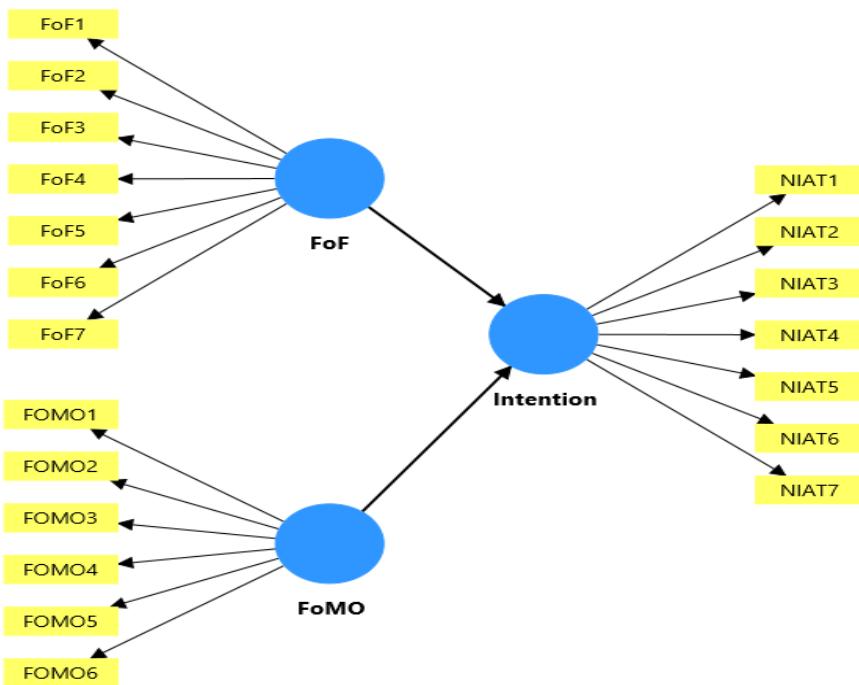
Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas para responden adalah pria dengan mayoritas rentang usia 20-23 tahun, dan untuk sebaran data di universitas karena peneliti memiliki para responden yang banyak di universitas ini, oleh karena itu mayoritas berasal dari Universitas Kristen Maranatha sebanyak 41,31%, mayoritas jurusan manajemen dengan persentase 37,09%, proyek atau kegiatan kewirausahaan yang pernah diikuti yang paling populer adalah mengikuti mata kuliah kewirausahaan dengan nilai persentase 26,76%, nilai tertinggi pada niat terhadap kewirausahaan berada pada indikator tertarik dengan persentase sebanyak 42,25%, serta mayoritas para responden belum pernah memiliki pengalaman berwirausaha dengan persentase 62,91%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengujian ini dilakukan menggunakan metode pengukuran (*outer model*), yang diuji melalui dua tahap, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, dan dalam uji validitas terdapat dua macam pengujian yaitu, uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan, yang mana nilai uji validitas konvergen ditentukan berdasarkan nilai *loading factor*, sedangkan untuk uji reliabilitas, dilakukan melalui Cronbach's *alpha* dan *composite reliability*.



Gambar 3. Model akhir penelitian

Sumber: Peneliti (2025)

Gambar 3 merupakan model akhir penelitian yang dianggap layak untuk digunakan karena prosesnya sesuai dengan aturan yang berlaku, sehingga proses pengolahan data dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Tabel 3. Hasil uji validitas konvergen dan reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	RhoA	Composite reliability	Rata-rata varians diekstraksi (AVE)
Fear of missing out (FoMO)	0,928	0,929	0,942	0,698
Fear of failure (FoF)	0,915	0,916	0,934	0,703
Niat berwirausaha	0,923	0,923	0,938	0,683

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Mengacu pada hasil uji validitas konvergen dan reliabilitas konstruk, nilai *average variance extracted* (AVE) yang diperoleh melebihi 0,50, sehingga instrumen ini dapat dinyatakan valid karena nilai *average variance extracted* (AVE) >0,50 (Hair et al., 2022). Nilai Cronbach's *alpha* dan *rhoA* berada di atas 0,70, nilai ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel yang diteliti memenuhi standar penelitian.

Tabel 4. Hasil uji cross-loading

	Fear of missing out (FoMO)	Fear of failure (FoF)	Niat berwirausaha (Entrepreneurial intention)
FoMO1	0,814		
FoMO2	0,859		
FoMO3	0,852		
FoMO4	0,867		
FoMO5	0,814		
FoMO6	0,820		
FoF1		0,807	
FoF2		0,825	
FoF3		0,858	
FoF4		0,831	
FoF5		0,865	

FoF6	0,807
FoF7	0,854
NIAT1	0,839
NIAT2	0,846
NIAT3	0,806
NIAT4	0,801
NIAT5	0,831
NIAT6	0,838
NIAT7	0,822

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 4 memperlihatkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* di atas 0,7, yang mengindikasikan adanya korelasi yang kuat antara masing-masing indikator dengan konstruk yang diukur. Indikator dengan *loading factor* terkecil adalah NIAT4 (pilihan menjadi pengusaha dibandingkan bekerja untuk orang lain) sebesar 0,801, sedangkan indikator dengan *loading factor* terbesar adalah FOMO4 (rasa iri terhadap pencapaian bisnis orang lain) sebesar 0,867. Berdasarkan hasil tersebut, semua indikator dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil uji validitas diskriminan

	<i>Fear of failure</i> (FoF)	<i>Fear of missing out</i> (FoMO)	Niat berwirausaha
<i>Fear of failure</i> (FoF)			
<i>Fear of missing out</i> (FoMO)	0,858		
Niat berwirausaha	0,856	0,843	

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 5 menunjukkan hasil uji validitas diskriminan berada di bawah 0,90, artinya menunjukkan bahwa variabel *fear of failure* (FoF), *fear of missing out* (FoMO), dan niat berwirausaha memiliki diferensiasi yang memadai, dan dapat diinterpretasikan sebagai konstruk unik yang relevan untuk menjelaskan hasil penelitian.

Tabel 6. Hasil uji *R-square*

Variabel	<i>R-square</i>
Niat berwirausaha	0,689

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 6 memperlihatkan koefisien determinasi (*R-square*) untuk variabel niat berwirausaha adalah 0,689. Nilai ini menunjukkan konstruk independen yang digunakan, dapat menjelaskan sekitar 68,9% dari variasi niat berwirausaha, 31,1% sisanya berpotensi dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil uji *F-square*

	<i>Fear of failure</i> (FoF)	<i>Fear of missing out</i> (FoMO)	Niat berwirausaha
<i>Fear of failure</i> (FoF)			0,279
<i>Fear of missing out</i> (FoMO)			0,186
Niat berwirausaha			

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Pada Tabel 7, dapat dilihat hasil dari uji *F-square* menunjukkan bahwa *fear of failure* (FoF) memiliki nilai 0,279 dan *fear of missing out* (FoMO) memiliki nilai 0,186, artinya variabel ini memberikan pengaruh besar dan signifikan terhadap niat berwirausaha, sesuai dengan ketentuan Hair et al. (2022).

Tabel 8. Hasil uji *goodness of fit*

	AVE	R-square	GoF
<i>Fear of failure</i> (FoF)	0,698		
<i>Fear of missing out</i> (FoMO)	0,703	0,689	0,692
Niat berwirausaha	0,683		
Rata-rata	0,695		

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE}} \times \sqrt{\text{R}^2}$$

$$\text{GoF} = \sqrt{0,695} \times \sqrt{0,689}$$

$$\text{GoF} = 0,692$$

Sebagaimana ditampilkan pada Tabel 8, nilai *goodness of fit* (GoF) yang dicapai adalah 0,692, yang berada di atas kriteria 0,36, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian menunjukkan tingkat kesesuaian yang tinggi secara keseluruhan, mencakup model struktural maupun *measurement*. Dengan demikian, kombinasi variabel *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO) efektif dalam menjelaskan niat berwirausaha mahasiswa di Kota Bandung.

Tabel 9. Hasil uji hipotesis

	Direct effect	T-statistics	P-values	Conclusion
<i>Fear of failure</i> (FoF) → Niat berwirausaha	-0,480	7,658	0,000	Accepted
<i>Fear of missing out</i> (FoMO) → Niat berwirausaha	0,381	6,273	0,000	Accepted
<i>Fear of failure</i> (FoF) & <i>fear of missing out</i> (FoMO) → Niat berwirausaha	0,830	39,056	0,000	Accepted

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Hasil pada Tabel 9 menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima, yakni *fear of failure* (FoF) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Indikasi ini diperoleh dari nilai *p-value* $<0,05$ serta *t*-statistik yang lebih tinggi dari *t*-tabel ($7,658 > 1,96$). Koefisien jalur -0,480 mencerminkan bahwa semakin besar ketakutan mahasiswa terhadap kegagalan, semakin rendah niat mereka untuk berwirausaha. Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua (H_2), diperoleh bukti bahwa *fear of missing out* (FoMO) memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap niat berwirausaha. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *p-value* $<0,05$ dengan *t*-statistik yang lebih besar daripada *t*-tabel ($6,273 > 1,96$). Koefisien jalur 0,381 menegaskan bahwa peningkatan rasa *fear of missing out* (FoMO) pada mahasiswa berbanding lurus dengan meningkatnya niat mereka untuk berwirausaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa hipotesis kedua dapat diterima. Hasil pengujian hipotesis ketiga (H_3) memperlihatkan bahwa *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha, sebagaimana ditunjukkan oleh *p-value* $<0,05$ dan *t*-statistik yang jauh melampaui *t*-tabel ($39,056 > 1,96$). Nilai koefisien gabungan sebesar 0,830 menegaskan bahwa kedua variabel independen memberikan kontribusi yang dominan terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima, dengan hasil akhir bahwa variabel *fear of failure* (FoF) lebih tinggi pengaruhnya dibandingkan *fear of missing out* (FoMO).

Ketika membandingkan nilai absolut dari koefisien jalur, $|-0,480|$ *fear of failure* (FoF) lebih besar dari $|0,381|$ *fear of missing out* (FoMO). Ini mengindikasikan bahwa *fear of failure* (FoF) memiliki dampak yang lebih besar dalam membentuk niat berwirausaha, meskipun dalam arah yang berlawanan (menurunkan niat). Hal ini juga diperkuat oleh nilai *F-square* *fear of failure* (FoF) (0,279) yang lebih tinggi dibandingkan *fear of missing out* (FoMO) (0,186).

Pembahasan

Hasil analisis memperlihatkan *fear of failure* (FoF) memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap niat berwirausaha, sedangkan *fear of missing out* (FoMO) berpengaruh positif signifikan pada niat berwirausaha. Temuan ini memperlihatkan *fear of failure* (FoF) memiliki korelasi negatif antara

ketakutan gagal dan niat berwirausaha pada mahasiswa. Namun, dalam kondisi tertentu, persepsi ancaman yang realistik (*threat appraisal*) dan keyakinan diri dalam mengatasinya (*coping efficacy*) dapat mengubah *fear of failure* (FoF) menjadi pendorong untuk bertindak secara kewirausahaan (Hunter et al., 2021). Menariknya, tidak semua penelitian menemukan bahwa *fear of failure* (FoF) berdampak negatif, dalam konteks *passion obsesif*, *fear of failure* (FoF) justru dapat memperkuat kemampuan mengenali peluang usaha, sehingga memberikan nuansa bahwa *fear of failure* (FoF) dapat bersifat adaptif yang tergantung konteks individu dan lingkungan. Pada penelitian ini, *fear of missing out* (FoMO) menjadi dorongan yang positif bagi 38,1% varian niat berwirausaha, namun perlu diimbangi dengan perencanaan yang baik dan matang. Hal ini menunjukkan bahwa *fear of missing out* (FoMO) bersama dapat meningkatkan niat berwirausaha melalui peran motivasi kewirausahaan, yang artinya, *fear of missing out* (FoMO) tidak hanya berperan sebagai tekanan psikologis, tetapi juga sebagai katalis yang menyulurkan motivasi mahasiswa untuk mengambil peluang bisnis baru (Hasan & Revinzky, 2025). Selain itu, adapun dampak akibat *fear of missing out* (FoMO) pada penggunaan media sosial berpengaruh pada penurunan produktivitas dan perilaku kerja, yang dalam konteks kewirausahaan dapat menciptakan risiko pada keberlanjutan usaha (Tandon et al., 2021). Bahkan, dalam penelitian yang lain menunjukkan bahwa *fear of missing out* (FoMO) berkaitan erat dengan perilaku pembelian impulsif mahasiswa. Hal ini memberikan *insight* tambahan bahwa *fear of missing out* (FoMO) juga dapat dimanfaatkan wirausahawan muda sebagai strategi pemasaran yang menarget konsumen dengan sensitivitas tinggi terhadap tren (Pane et al., 2024; Anastasya & Siregar, 2025). Seperti yang terjadi saat fenomena mainan labubu, berkontribusi pada perilaku pembelian impulsif di masyarakat. Implikasi ini menunjukkan bahwa *fear of missing out* (FoMO) memiliki potensi ganda, yakni sebagai katalis bagi kewirausahaan sekaligus sebagai pemicu perilaku konsumtif yang kurang rasional (Maria, et al, 2024).

Di samping temuan analisis yang mengindikasikan adanya hubungan signifikan antara *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO) terhadap niat berwirausaha, pemahaman lebih mendalam dapat diperoleh dengan menganalisis profil responden. Berdasarkan data, sebanyak 62,91% responden belum pernah memiliki pengalaman berwirausaha. Fakta ini memiliki keterkaitan yang kuat dengan pengaruh negatif *fear of failure* (FoF) terhadap niat berwirausaha. Ketika individu belum pernah memulai usaha, mereka cenderung memiliki ketidakpastian tinggi terhadap proses, hasil, dan risiko kegagalan. Kondisi ini memperbesar ruang bagi ketakutan akan kegagalan, terutama karena mereka belum memiliki pengalaman empiris yang bisa mengurangi kecemasan tersebut. *Fear of failure* (FoF) yang tinggi pada kelompok ini dapat menjadi penghalang utama dalam menginisiasi tindakan nyata untuk memulai usaha. Hal ini selaras dengan konsep *self-efficacy* yang menunjukkan bahwa individu yang belum pernah terlibat dalam aktivitas kewirausahaan memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih rendah, sehingga kecenderungan untuk mengalami *fear of failure* (FoF) meningkat.

Selain itu, para responden yang sedang menjalankan usaha hanyalah sebesar 12,21%, jumlah yang paling kecil di antara kelompok pengalaman berwirausaha lainnya. Fenomena ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat keinginan atau niat untuk berwirausaha, hanya sebagian kecil yang benar-benar mampu bertahan atau terus menjalankan usahanya. Hal ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh tekanan eksternal maupun internal, termasuk kegagalan sebelumnya, ketidaksiapan manajerial, atau dorongan *fear of missing out* (FoMO) yang bersifat sesaat tanpa perencanaan yang matang. Maka dari itu, rendahnya persentase para responden yang aktif berwirausaha bisa menjadi indikasi bahwa *fear of failure* (FoF) yang tinggi atau *fear of missing out* (FoMO) yang tidak terkelola menjadi faktor-faktor penyebab lemahnya keberlanjutan usaha di kalangan para mahasiswa.

Dari sisi niat terhadap kewirausahaan, sebanyak 42,25% responden menyatakan tertarik terhadap dunia usaha. Angka ini merupakan kategori niat tertinggi dan mendukung hasil temuan bahwa *fear of missing out* (FoMO) memperlhatkan pengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Ketertarikan ini mencerminkan adanya dorongan internal maupun eksternal (seperti pengaruh teman sebaya, media sosial, dan tren) yang membentuk persepsi bahwa berwirausaha adalah suatu pilihan karir yang menarik. Ketertarikan yang tinggi ini dapat memunculkan dorongan psikologis berupa *fear of missing out* (FoMO), yakni keinginan untuk tidak tertinggal dari rekan-rekan sebayanya yang sudah lebih dahulu memulai usaha atau menunjukkan pencapaian tertentu di bidang kewirausahaan.

Lebih lanjut, data menunjukkan bahwa para responden terbanyak berasal dari program studi manajemen (37,09%). Hal ini juga dapat memengaruhi besarnya niat terhadap kewirausahaan dan memperkuat hubungan variabel *fear of missing out* (FoMO) dengan niat berwirausaha. Mahasiswa manajemen umumnya mendapatkan paparan yang lebih luas terhadap konsep bisnis, strategi usaha, dan

peluang pasar dalam kurikulum perkuliahananya. Paparan ini memungkinkan mereka lebih akrab dengan narasi-narasi sukses pelaku usaha muda, baik dari dosen, seminar, maupun studi kasus yang dibahas di kelas. Akibatnya, mahasiswa manajemen berpotensi memiliki sensitivitas lebih tinggi terhadap *fear of missing out* (FoMO) yang berkaitan dengan kewirausahaan. Sehubungan dengan hal ini, *fear of missing out* (FoMO) menjadi faktor psikologis yang dapat memperkuat niat mereka untuk segera memulai usaha agar tidak merasa tertinggal atau kalah langkah dari lingkungan sosial dan akademiknya.

Pada hasil analisis *outer loading* indikator, ditemukan bahwa indikator tertinggi berada pada konstruk *fear of missing out* (FoMO), khususnya pada pernyataan yang berkaitan dengan dorongan untuk mengikuti tren atau keberhasilan teman yang dibagikan di media sosial. Hal ini semakin memperkuat interpretasi bahwa para responden, meskipun belum memiliki pengalaman praktis, mendapat pengaruh kuat dari faktor sosial digital dan jaringan pertemanan yang menampilkan keberhasilan berwirausaha. Maka, dalam konteks ini, *fear of missing out* (FoMO) berperan sebagai katalis psikologis yang mampu mendorong niat meski keterampilan dan pengalaman belum terbentuk secara optimal. Selain itu, dalam kegiatan UKM, *fear of missing out* (FoMO) juga dapat mendorong pengambil keputusan di UKM untuk lebih cepat mengadopsi teknologi baru. Hal ini memperlihatkan bahwa *fear of missing out* (FoMO) mampu mempercepat proses inovasi yang juga penting dalam membangun usaha mahasiswa (Hasan & Revinzky, 2025; Pertiwi et al., 2025).

Di sisi lain, indikator dengan nilai *outer loading* terendah terdapat pada konstruk niat berwirausaha, khususnya pada pernyataan “pilihan menjadi pengusaha dibandingkan bekerja untuk orang lain”. Nilai *loading* yang relatif rendah ini mengindikasikan bahwa tidak semua responden memiliki orientasi kuat untuk menjadikan kewirausahaan sebagai pilihan utama karir. Kondisi tersebut mungkin ditentukan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan pengalaman praktis, ketidakpastian mengenai prospek usaha, serta persepsi bahwa bekerja di perusahaan dapat memberikan stabilitas finansial dan jaminan sosial yang lebih terjamin dibanding berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan karakteristik para responden, yang mana sebagian besar belum memiliki pengalaman berwirausaha (62,91%). Ketidakpastian tersebut membuat orientasi untuk benar-benar menjadikan kewirausahaan sebagai karir utama masih lemah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun faktor psikologis, seperti *fear of missing out* (FoMO), mampu mendorong ketertarikan terhadap kewirausahaan, dorongan tersebut belum cukup kuat untuk menggeser preferensi sebagian besar mahasiswa dari jalur pekerjaan formal ke jalur kewirausahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Temuan studi ini memperlihatkan bahwa *fear of failure* (FoF) berpengaruh negatif signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa, sedangkan *fear of missing out* (FoMO) memberikan pengaruh positif signifikan. Secara simultan, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 68,9% variasi niat berwirausaha, dengan tingkat kecocokan model yang sangat baik ($GOF = 0,692$). Hasil ini memperlihatkan bahwa *fear of failure* (FoF) menjadi salah satu hambatan utama mahasiswa dalam membangun niat berwirausaha, khususnya pada mereka yang belum memiliki pengalaman praktik kewirausahaan. Tingginya ketidakpastian dan rendahnya *self-efficacy* membuat ketakutan akan kegagalan menjadi dominan, sehingga menghalangi keberanian untuk memulai usaha. Sebaliknya, *fear of missing out* (FoMO) terbukti menjadi faktor psikologis yang mampu mendorong niat berwirausaha, terutama melalui pengaruh sosial, media digital, dan tren di kalangan teman sebaya. Namun, temuan ini juga mengingatkan bahwa dorongan *fear of missing out* (FoMO) berpotensi bersifat kontraproduktif bila tidak disertai dengan perencanaan yang matang, sebab motivasi yang berlebihan dapat mendorong keputusan impulsif dan menurunkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Hasil analisis indikator memperkuat bahwa dorongan untuk mengikuti tren dan keberhasilan teman di media sosial menjadi faktor paling kuat dalam membentuk *fear of missing out* (FoMO) mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial digital dan narasi sukses dari jaringan pertemanan memiliki pengaruh besar terhadap psikologi kewirausahaan mahasiswa, bahkan ketika mereka belum memiliki keterampilan atau pengalaman bisnis yang memadai. Sebaliknya, indikator dengan nilai terendah muncul pada konstruk niat berwirausaha, khususnya pernyataan mengenai orientasi untuk memilih berwirausaha dibandingkan bekerja pada orang lain. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat ketertarikan terhadap dunia usaha, sebagian besar mahasiswa masih

menempatkan pekerjaan formal sebagai pilihan karir utama yang dinilai lebih stabil dan aman. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun *fear of missing out* (FoMO) berfungsi sebagai katalis psikologis yang mendorong niat, *fear of failure* (FoF) tetap menjadi hambatan yang signifikan, dan orientasi karir mahasiswa belum sepenuhnya berpihak pada kewirausahaan sebagai pilihan utama.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat dipertimbangkan. Bagi para mahasiswa, penting untuk mengelola rasa takut gagal dengan meningkatkan pengalaman langsung dalam kewirausahaan melalui kegiatan magang, program simulasi bisnis, maupun keterlibatan dalam kompetisi kewirausahaan. Dengan demikian, persepsi risiko yang selama ini dianggap sebagai ancaman dapat dipandang lebih realistik. Selain itu, energi *fear of missing out* (FoMO) yang muncul sebaiknya diarahkan menjadi motivasi produktif dengan cara menyusun rencana usaha yang matang, melakukan riset sederhana terkait peluang pasar, serta mempersiapkan strategi mitigasi risiko sebelum memulai usaha.

Dari sisi institusi pendidikan tinggi, hasil penelitian ini memberikan dorongan agar perguruan tinggi tidak hanya memberikan pemahaman teoretis mengenai kewirausahaan, tetapi juga membekali mahasiswa dengan pengalaman nyata. Hal ini dapat diwujudkan melalui program inkubasi bisnis mahasiswa, penyediaan mata kuliah berbasis *experiential learning*, serta menghadirkan pengusaha muda sebagai *role model* dalam forum diskusi atau seminar. Upaya ini dapat membantu mahasiswa menumbuhkan *self-efficacy* dan mengurangi dominasi *fear of failure* (FoF) yang menjadi hambatan utama. Sementara itu, bagi pemerintah dan pemangku kepentingan, temuan penelitian ini memberikan sinyal penting mengenai perlunya dukungan akses modal yang lebih ramah bagi para mahasiswa, misalnya melalui skema kredit lunak, hibah kompetisi bisnis, maupun penyediaan ruang kolaborasi lintas kampus yang mampu mengarahkan dorongan *fear of missing out* (FoMO) ke arah kegiatan kewirausahaan yang terencana, bukan sekadar mengikuti tren sesaat.

Penelitian ini tidak terlepas dari sejumlah keterbatasan yang perlu dipertimbangkan dalam menafsirkan hasil-hasilnya. Pertama, ruang lingkup penelitian hanya mencakup mahasiswa di Kota Bandung, sehingga temuan yang diperoleh belum dapat digeneralisasi pada populasi mahasiswa di wilayah lain yang memiliki kondisi sosial dan budaya berbeda. Kedua, variabel penelitian hanya mencakup *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO), padahal niat berwirausaha dipengaruhi oleh banyak faktor lain, seperti dukungan keluarga, akses permodalan, maupun orientasi prestasi. Ketiga, data penelitian diperoleh melalui instrumen kuesioner *self-report* sehingga terdapat kemungkinan bias sosial bilamana responden menyampaikan respons yang lebih selaras secara normatif.

Untuk penelitian selanjutnya, perlu dilakukan perluasan lingkup responden ke wilayah lain atau pada populasi yang berbeda, seperti pemuda non-mahasiswa atau pelaku UMKM pemula, sehingga hasil penelitian lebih dapat digeneralisasi. Selain itu, desain penelitian longitudinal dapat digunakan untuk mengamati dinamika *fear of failure* (FoF) dan *fear of missing out* (FoMO) dalam jangka panjang, terutama bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi transisi dari sekadar niat menjadi perilaku nyata dalam berwirausaha. Penelitian campuran dengan pendekatan kualitatif juga direkomendasikan untuk mengeksplorasi secara mendalam pengalaman subjektif para mahasiswa, terkait faktor-faktor psikologis yang memengaruhi niat dan keputusan mereka dalam dunia kewirausahaan.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anastasya, S. A. A., & Siregar, Z. (2025). Implementation of content marketing and FOMO (fear of missing out) marketing on Instagram @Espangeran to increase Gen Z consumer loyalty. *Economic: Journal Economic and Business*, 4(3), 533-542. <https://doi.org/10.56495/ejb.v4i3.1158>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Keadaan ketenagakerjaan Indonesia Februari 2025. *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/05/05/2001/februari-2023--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-45-perSEN-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-2-94-juta-rupiah-per-bulan.html>

- Banjarnahor, A. R., & Sari, O. H., (2023). Meningkatkan minat berwirausaha Generasi Z melalui literasi digital di era teknologi. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 132-143. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i1.1359>
- Fitria, S. E., & Hakim, F. R (2022). Identification of critical success factor startup in business incubators (Case study: Bandung Techno Park). *International Journal of Social Service and Research*, 2(10), 881-895. <https://ijssr.ridwaninstitute.co.id/index.php/ijssr/article/view/162/299>
- García-Salirrosas, E. E., Millones-Liza, D. Y., Rondon-Eusebio, R. F., Espónida-Pérez, J. A., Salas-Tenesaca, E. E., Armas-Herrera, R., & Zumba-Zúñiga, M. F. (2025). The interaction between self-efficacy, fear of failure, and entrepreneurial passion: Evidence from business students in emerging economies. *Behavioral Sciences*, 15(7), 951. <https://doi.org/10.3390/bs15070951>
- Gartner, J., Fink, M., & Maresch, D. (2022). The role of fear of missing out and experience in the formation of SME decision makers' intentions to adopt new manufacturing technologies. *Technological Forecasting and Social Change*, 180(1) 121723. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121723>
- Haider, M. (2019). *Human Development Index 2019: Pakistan ranks lower than all South Asian countries.* <https://www.thenews.com.pk/print/582826-human-development-index-2019-pakistan-ranks-lower-than-all-south-asian-countries>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer.
- Halim, S. K., Hidayat, D., Eni, Y., & Fernando, E. (2023). What is entrepreneurial fear of failure? *Binus Business Review*, 14(1), 73-84. <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i1.8658>
- Hasan, Z. I., & Revinzky, M. A. (2025). Fear of missing out and social media usage as catalysts for entrepreneurial interest through entrepreneurial motivation. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 3(1), 35-45. <https://doi.org/10.61255/jeemba.v3i1.565>
- Hunter, E., Jenkins, A., & Mark-Herbert, C. (2021). When fear of failure leads to intentions to act entrepreneurially: Insights from threat appraisals and coping efficacy. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 39(5), 407-423. <https://doi.org/10.1177/0266242620967006>
- Khasanah, M., Arifin, Z., Muktamar B, A., & Satiadharma, M. (2023). Peran kewirausahaan sosial dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 226-235. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.528>
- Lasaksi, P., Andriani, E., & Sunijati, E. (2023). Pengaruh kewirausahaan mikro dan pendidikan perempuan terhadap pengentasan kemiskinan di Indonesia. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(1), 9-17. <https://doi.org/10.58812/sek.v2i01.273>
- Luthfia, A. (2025). *Mengenal bonus demografi, manfaat dan tantangannya.* https://www.antaranews.com/berita/4790621/mengenal-bonus-demografi-manfaat-dan-tantangannya?utm_source=chatgpt.com
- Mahanti, T. K. (2021). *India lost two spots in 2019 HDI rank; fear worse in 2020.* <https://businesseconomics.in/india-lost-two-spots-2019-hdi-rank-fear-worse-2020?utm>
- Maria, V., & Nabila, V. N. (2025). FOMO (fear of missing out) di kalangan Gen-Z: Jasa titip dubai chocolate sebagai peluang baru bagi UMKM Indonesia (Studi kasus sosial media). *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(3), 121-127. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v3i3.1828>
- Maria, V., Irpani, F. S., Khariza, N. A., & Ramadhani, V. (2024). Analisis fear of missing out (FoMO) labubu terhadap pembelian impulsif di kalangan masyarakat Indonesia. *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(1), 128-135. <https://doi.org/10.61132/menawan.v3i1.1130>
- Mutmainnah, M., Muis, I., & Hamid, A. N. (2024). Fear of failure and entrepreneurial intentions in university students. *Journal of Educational, Health and Community Psychology*, 13(2), 531-554. <https://doi.org/10.12928/jehcp.v13i2.28074>
- Pane, H. P., Luthfi, S., Napitupulu, I., Situmorang, S. H., & Sembiring, B. K. F. (2024). The psychological pull of FoMO in consumer behavior: A literature review. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(4), 402-418. <https://doi.org/10.61132/ijems.v1i4.373>

- Pertiwi, J. I., Rahman, H., & Verinita, V. (2025). Pengaruh frugal living dan perilaku fear of missing out (FoMO) terhadap frugal entrepreneurship dengan frugal innovation sebagai variabel mediasi (Studi pada usaha mikro kuliner kemasan Kota Padang). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(6), 4193-4204. <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i6.5699>
- Purwati, W. D., & Prasetyanto, P. K. (2022). Analisis pengaruh bonus demografi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Economia*, 1(3), 532-546. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.130>
- Putri, N. F., & Saraswati, P. (2023). Fear of missing out dan personal growth initiative pada mahasiswa. *Cognicia*, 11(2), 133-139. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v11i2.28483>
- Ramadhan, F. S., Hafid, A., Ardiansyah, A., & Nurjaman, U. (2024). Pengertian wirausaha dan karakteristik wirausaha. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(3), 289-298. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i3.1342>
- Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., & Manurung, A. H. (2025). Eksplorasi pengalaman wirausahawan muda dalam mewujudkan entrepreneurial mindset di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 3(1), 36-43. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i1.348>
- Sihaloho, K. B., Iriyanti, N. I., Rahmawati, R., Irma, E., & Buana, D. M. A. (2021). Fear of failure in entrepreneurship among higher education student. *Psychology and Education*, 58(1), 6142-6149. <https://doi.org/10.17762/pae.v58i1.3765>
- Subroto, S. E., & Tricahyono, D. (2023). Identifikasi faktor-faktor kunci kesuksesan inkubator bisnis universitas dari kacamata tenant (Studi kasus Bandung Techno Park Universitas Telkom). *E-Proceeding of Management*, 10(4), 1827-1836. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/195800/jurnal_eproc/identifikasi-faktor-faktor-kunci-kesuksesan-inkubator-bisnis-universitas-dari-kacamata-tenant-studi-kasus-bandung-techno-park-universitas-telkom-.pdf
- Syaefudin, M., Purwani, N., & Wibowo, A. (2021). Does entrepreneurial culture influence students' entrepreneurial intention? *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(5), 11013-11023. <https://www.researchgate.net/publication/351256539>
- Tandon, A., Dhir, A., Islam, N., Talwar, S., & Mäntymäki, M. (2021). Psychological and behavioral outcomes of social media-induced fear of missing out at the workplace. *Journal of Business Research*, 136, 186-197. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.07.036>
- United Nations Development Programme (2020). The next frontier - human development and the anthropocene. *Human Development Report 2020*. <https://doi.org/10.18356/9789210055161>
- Yonatan, A. Z. (2023). Mayoritas pelaku wirausaha adalah lansia. <https://data.goodstats.id/statistic/mayoritas-pelaku-wirausaha-adalah-lansia-UDTaN>

Halaman ini sengaja dikosongkan